



Уральский
федеральный
университет

имени первого Президента
России Б.Н.Ельцина

Институт физической
культуры, спорта и
молодежной политики

**В. А. ДИХОРЬ
А. М. БУРКОВА
А. В. ГИЗУЛЛИНА**

ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ ФУТБОЛЬНЫХ БОЛЕЛЬЩИКОВ

Учебное пособие



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б. Н. ЕЛЫЦИНА

В. А. Дихорь, А. М. Буркова, А. В. Гизулина

ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ ФУТБОЛЬНЫХ БОЛЕЛЬЩИКОВ

Учебное пособие

Рекомендовано методическим советом УрФУ
для студентов, обучающихся по программе бакалавриата
по направлениям подготовки
43.03.01 «Сервис», 49.03.01 «Физическая культура»

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2017

ББК Ю94я73-1
Д504

Р е ц е н з е н т ы:

Управление по развитию физической культуры, спорта и туризма
Администрации города Екатеринбурга
(начальник управления кандидат педагогических наук, доцент Л. Н. Фитина);
Н. В. Третьякова, доктор педагогических наук, доцент,
профессор кафедры теории и методики физической культуры
(Российский государственный профессионально-педагогический университет)

Н а у ч н ы й р е д а к т о р
Н. Б. Серова

Дихорь, В. А.

Д504 Основы психологии футбольных болельщиков : учеб. пособие / В. А. Дихорь, А. М. Буркова, А. В. Гизуллина ; [науч. ред. Н. Б. Серова] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 76 с.

ISBN 978-5-7996-2197-1

В учебном пособии представлены современные разработки в области психологии футбольного фанатизма. В преддверии чемпионата мира 2018 г. появилась необходимость обучить специалистов различных направлений эффективному взаимодействию с болельщиками, чтобы максимально избежать конфликтных ситуаций и за короткое время найти с ними общий язык.

Адресовано студентам, аспирантам и преподавателям факультетов физического воспитания институтов, педагогических вузов и университетов, а также стюардам и волонтерам, принимающим участие во взаимодействии с представителями фанатского движения на спортивных стадионах и за их пределами.

ББК Ю94я73-1

На обложке:

студенты и преподаватели Уральского федерального университета – болельщики разных футбольных клубов. Фото: М. Грановский

ПРЕДИСЛОВИЕ

Предлагаемое вниманию читателей учебное пособие представляет собой теоретическую базу курса «Основы работы с болельщиками». Значимой его особенностью является комплексный подход к решению проблемы обеспечения эффективного психологического взаимодействия специалистов разных направлений с футбольными болельщиками.

Спорт – одна из ключевых сфер жизни общества, он помогает активной его части проявлять свои эмоции открыто и социально приемлемо. Болельщики являются неотрывной частью любого спортивного события, обеспечивая его востребованность и зрелищность, а также создавая моральную и материальную поддержку.

Футбол на протяжении многих лет является самой популярной игрой в мире, поэтому в преддверии чемпионата мира 2018 года особое значение приобретает профессиональная подготовка специалистов к обеспечению высокой культуры сопровождения различных спортивных и околоспортивных мероприятий.

Пособие дает представление как о феномене футбольного зрительства в целом, описывая его историю и современные реалии, так и о психологических особенностях футбольных болельщиков, систематизируя и сопоставляя результаты научных исследований и господствующие в обществе стереотипы. Будет уместным предположить, что оно будет представлять интерес не только для студентов, но и для стюардов и волонтеров, которые будут участвовать в подготовке и проведении чемпионата мира по футболу в 2018 году. В дальнейшем планируются разработка и издание второй части данного пособия, посвященной практическим приемам психологического взаимодействия с футбольными болельщиками.

В книге использованы фотографии из личных архивов А. Пустильник, А. Медведевой, М. Вахненко, Д. Митрофановой, А. Кондратьевой, а также из архива футбольного клуба «Урал».

1. ЭВОЛЮЦИЯ ФУТБОЛЬНОГО ФАНАТИЗМА

Зритель, болельщик, фанат – слова эти звучат по-разному, и значение их тоже далеко не идентично, но все они, каждое по-своему, отражают один и тот же феномен – интерес, приверженность, страсть человека к определенному зрелищу, в нашем конкретном случае – к признанному фавориту спортивных игр футболу.

Для понимания феномена футбольного фанатизма необходимо в динамике отследить, как зародилось и развивалось это явление. Известно, что зрители появились примерно в то же время, как зародилась игра. Однако тех любителей футбола еще нельзя было назвать ни болельщиками, ни тем более фанатами. Их увлечение и желание наблюдать за игрой были хаотичными и непостоянными. Чаще всего люди на игру приходили лишь чтобы скоротать время и приятно провести вечер, не выбирая конкретную команду и порой даже не зная правил игры.

Развитие феномена футбольного зрительства в Европе и России от первых игр и до наших дней можно разделить на четыре этапа¹.

Английская эпоха

Несмотря на то, что многие народы мира издревле имели собственные аналоги игры с мячом, первые единые правила и регламент игры в футбол определились в командах частных школ и университетов Англии. 26 октября 1863 года представители 11 лондонских клубов и школ основали Футбольную ассоциацию Англии.

¹ См.: *Тото*. Молодежная субкультура современной России: футбольный фанатизм // Футбольный гуру [информ. портал]. URL: <http://www.footballguru.org/articles/nid/157> (дата обращения: 06.10.2016).

К 1882 году существовало четыре футбольные ассоциации: Англии, Шотландии, Уэльса и Ирландии. Эти организации в том же году создали Международный совет футбольных ассоциаций.

Футбол всегда был недорогим и доступным увлечением для молодого и активного населения окраин Англии. Сначала болельщики посещали только местные матчи, но постепенно у них появились желание и возможность ездить в соседние города на выездные матчи, сопровождая свои любимые команды.

К середине 60-х годов XX века популярность футбола среди жителей Великобритании заметно возросла, и уже около 70 % зрителей, присутствовавших на стадионе, отождествляли себя не просто с любопытным зрелищем, а именно с футболом. Они разбирались в игре, посещали все матчи избранной команды. И главное – это были не разрозненные болельщики, а единые группировки, между которыми были отмечены случаи группового насилия на футбольных матчах, порой доходившие до серьезных массовых потасовок. Представители таких группировок и получили название футбольных фанатов.

Стоит отметить, что в конце 1960-х годов число выездных болельщиков достигало от 400 до 7 тыс. человек.

Распространение фанатского движения в Европе

Примерно через десятилетие фанаты и болельщики из Англии стали поддерживать свои клубы на матчах в Еврокубках. Так, к началу 1980-х годов болельщики футбольного клуба «Ливерпуль» стали демонстрировать неподготовленной публике «свой стиль поддержки» – минимальную атрибутику, кричалки, зрелищные действия и даже драки за честь любимой команды.

Одно из самых известных, крупномасштабных трагических и агрессивных столкновений между фанатами произошло в 1985 году на стадионе «Эйзель» в Бельгии в рамках финала Кубка европейских чемпионов между итальянским «Ювентусом» и «Ливерпулем». В результате погибло 39 болельщиков, а комитет УЕФА принял

решение запретить английским клубам участвовать в европейских турнирах в течение пяти лет, а «Ливерпулю» – в течение шести лет².

Постепенно фанатские движения стали появляться в Италии и Испании. В 1987 году римский активист Антонио Гринт создал одну из самых мощных фанатских группировок «Несгибаемые», поддерживающую футбольный клуб «Лацио». Удивительно, но в состав этой группы входили не молодые ребята, а в основном зрелые солидные мужчины. Они проводили серьезный отбор в свои ряды и проповедовали английский стиль поддержки с использованием баннеров, символики и с хоровым пением.

Развитие фанатского движения в России

В нашей стране сходные проявления в околофутбольном движении тоже зародилось в начале 1970-х годов, когда на матчах невооруженным взглядом можно было распознать группировки, отличающиеся общей атрибутикой, использующие свой сленг и специфическое поведение на стадионе. Изначально их можно было встретить только в крупных городах, таких как Москва, Ленинград и Киев.

После распада Советского Союза сфера влияния фанатского движения на отечественного зрителя стала стремительно расширяться. Падение информационного занавеса позволило болельщикам значительно больше узнать о зарубежных фанатах, причем узнать не только из журналов и книг, но и непосредственно встретиться с ними на международных матчах. Такой специфический обмен опытом сделал движение футбольных фанатов в России более популярным и массовым.

С конца 1980-х и до 1995 года самоорганизованные футбольные болельщики пытались издавать собственную литературу, но из-за отсутствия стабильного финансирования количество книг оказалось крайне малым. Также в этот период произошли приспо-

² См.: Трагедия на «Эйзеле» // Портал болельщиков ФК «Ювентус». URL: <http://www.juventus.sportland24.ru/tragediya-v-eyzele/> (дата обращения: 01.10.2016).

собление атрибутов и ритуалов западной субкультуры футбольного фанатизма к российским реалиям, вживание и взаимная модификация культурных норм и стереотипов восприятия.

После 1995 года фанатское движение пришло к созданию более или менее организованных группировок со своими финансовыми ресурсами и активным взаимодействием с российскими футбольными клубами. В это же время активно начинает работать система членских взносов, которая до сих пор помогает поддерживать на плаву многие фанатские группы.

В 2002 году во время чемпионата мира по футболу об опасном поведении российских болельщиков заговорил весь мир. После поражения нашей сборной от сборной Японии (0 : 1) в Москве на Манежной площади возникли массовые беспорядки фанатов-телезрителей, смотревших онлайн-трансляцию матча на больших плазменных экранах. В результате было разрушено множество магазинов столицы, пострадали 75 человек, и один скончался. После того случая просмотр футбольных матчей в центре Москвы запретили, а о российских фанатах всерьез заговорили как о новом явлении. Вслед за этим Государственная дума приняла закон о борьбе с экстремизмом³.

Современный этап развития фанатского движения в мире

За последние десятилетия в Великобритании и ряде других стран Европы, в которых активно развито фанатское движение, власти стали активно взаимодействовать с фанатами, понимая их значимость для футбола и для сохранения социальной стабильности в обществе. Также ведется целенаправленная работа с лидерами фанатских «фирм». Именно через них планируется снизить уровень агрессивности как на стадионе, так и за его пределами. Финансиру-

³ См.: *Никишин О.* Массовые драки после матча Россия – Япония // Открытый университет – курс на будущее [просветительский портал]. URL: <https://openuni.io/course/1/lesson/15/material/154/> (дата обращения: 04.08.2016).

ются и научные исследования психологических и социальных характеристик субкультуры футбольных фанатов в разных странах мира.

После чемпионата мира в Бразилии в 2014 году вновь наблюдается взлет популярности футбола, увеличивается заполняемость трибун и растет число телевизионных болельщиков.

Хотя в России футбол и не является столь массовым зрелищем, здесь также заметно расширение фан-движения – как территориальное, так и численное. Фан-клубы существуют практически во всех городах, имеющих свои клубы в высшем футбольном дивизионе. Даже у ряда клубов первого дивизиона появляются собственные представительства фан-движения. Кроме того, стоит отметить, что с появлением Интернета и электронных средств массовой информации, освещающих футбольные события, у любого рядового болельщика появилась возможность заочно участвовать в жизни клуба. Наиболее крупные региональные фан-группы действуют в Волгограде, Владикавказе, Ярославле, Самаре, Екатеринбурге и т. д. Однако можно отметить лишь относительную массовость этого явления, число участников общероссийского фан-движения суммарно составляет примерно 45–50 тыс. человек. По конкретным клубам распределение таково: «Спартак» (Москва) – около 15 тыс., «ЦСКА» (Москва) – около 10 тыс., «Динамо» (Москва), «Зенит» (Санкт-Петербург) – 6–8 тыс., «Торпедо», «Локомотив» (Москва) – 3–5 тыс.⁴ Кроме того, фан-движение может резко увеличить свою численность в случае какого-то конкретного футбольного успеха: выход в высшую лигу, победа в чемпионате, успешная игра в еврокубках и т. д.

Наиболее характерные примеры такого рода – московский «Локомотив» и екатеринбургский «Урал». После успешных выступлений «Локомотива» в России и в Европе количество его болельщиков и фанатов существенно увеличилось. Когда футбольный клуб «Урал» выступал в первой лиге, он заметно уступал по популярности баскетбольному клубу УГМК и волейбольному клубу

⁴ См.: *Беляев А.* Футбольный фанатизм // *Fanat* : сайт футбольных болельщиков. URL: http://fanat.ua/info/fans/articles/futbol_nyj_fanatizm_24427.html/ (дата обращения: 12.10.2016).

«Уралочка». Однако в 2013 году, когда «Урал» вышел в премьер-лигу, целый город отмечал эту победу, а затем с каждым годом посещаемость центрального стадиона увеличивалась и в преддверии чемпионата мира продолжает расти.

Для сравнения уровня увлеченности футболом в России и в Европе проанализируем статистику посещаемости стадионов. В 2013 году при поддержке Министерства образования РФ было проведено исследование посещаемости игр и вместимости стадионов. Рассмотрим некоторые данные⁵.

Россия находится в конце списка по посещаемости стадионов. Однако их заполняемость составляет 51 %, что говорит о прогрессе (в 2010 году было 47 %) и популяризации футбола в нашей стране. В России культура футбольной поддержки только начинает развиваться, походы на матчи местных команд становятся хорошим завершением вечера; хотя в Европе о футболе говорят чаще и повсеместно, у нас околوفутбольная жизнь развивается более динамично. Ярким примером этому является то, что по заполняемости стадионов Россия совсем немного отстает от одной из родоначальниц фанатского движения – Италии.

Диаграмма, посвященная самым посещаемым российским клубам, свидетельствует о том, что Москва и Санкт-Петербург перестали быть единственными футбольными державами. В Краснодаре, Казани, Самаре и Махачкале активно развивается фанатское движение. Такая динамика свидетельствует о всеобщей популяризации и доступности футбола в нашей стране.

По результатам посещения стадионов относительно общей численности населения Россия также находится на последней позиции, но при этом необходимо учесть, что население нашей страны значительно больше, чем, например, Голландии, которая находится на первом месте, или Испании, которая разместилась на втором. Да и климатические условия вкупе с уровнем комфорта наших стадионов не всегда способствуют зрительскому энтузиазму.

⁵ См.: Самый доступный и посещаемый футбол // RMA [сайт]. URL: <http://www.rma.ru/news/11725/> (дата обращения: 22.09.2016).

В 2010 году консалтинговая компания *Sport + Markt* провела исследование рынка болельщиков в европейском футболе⁶. Число футбольных болельщиков в Европе приближается к 250 млн человек в возрасте от 16 до 69 лет, они и создают рынок общей стоимостью 12 млрд евро в год. Исследования проводились в 17 странах, и на первом месте по числу болельщиков оказалась Россия (46,2 млн человек). Второе место досталось Германии (34,5 млн), а третье – Англии (25 млн).

Отмечается также, что возрастает интерес к футбольным матчам у женской аудитории. За последние пять лет количество женщин на стадионах увеличилось на 10,8 %. Рост интереса к футболу со стороны прекрасной половины человечества объясняется не только повышением уровня безопасности и комфорта на стадионах и растущей популяризацией игры во всем мире, но в первую очередь уходом от стереотипов о том, что футбол – исключительно мужской вид спорта.

Несмотря на то, что российская культура футбольного зрителя во многом отстает от зарубежной, она развивается стремительно, о чем говорит его половозрастное разнообразие и увеличение посещаемости стадионов.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Охарактеризуйте развитие футбольного движения в Европе.
2. Перечислите известные вам агрессивные инциденты с участием футбольных фанатов.
3. Чем знаменателен современный этап развития фанатского движения?
4. Чем объясняется повышение интереса к футболу у женской аудитории?
5. О чем могут свидетельствовать данные по посещаемости и вместимости стадионов?

⁶ См.: Россия находится на первом месте по числу футбольных болельщиков // FCLMnews : сайт болельщиков ФК «Локомотив». URL: <http://fclmnews.ru/news/4937-rossiya-nahoditsya-na-pervom-meste-v-evrope-po-chislu-futbolnyh-bolelschikov.html> (дата обращения: 18.07.2016).

Вопросы и задания для самостоятельной работы

1. Сравните эволюцию футбольного фанатизма в России и в Европе.
2. Как влияют успешные выступления футбольных клубов на посещаемость стадионов? Приведите примеры.
3. Предположите, как будет развиваться российская культура футбольного «боления». Приведите аргументы.

2. ФУТБОЛЬНЫЕ БОЛЕЛЬЩИКИ КАК СОЦИАЛЬНО АКТИВНАЯ ГРУППА: КЛАССИФИКАЦИЯ И СТРУКТУРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

Рассматривая футбольных болельщиков как социально активную группу, имеет смысл уточнить, что имеется в виду под этим понятием. Английский философ-материалист Томас Гоббс впервые описал группу как «известное число людей, объединенных общим интересом или общим делом»⁷. Научный редактор и составитель Новейшего философского словаря А. А. Грицанов дает такое определение понятию: «социальная группа – это любая относительно устойчивая совокупность людей, находящихся во взаимодействии и объединенных общими интересами и целями»⁸.

Сопоставим приведенные выше признаки социальной группы с группой футбольных болельщиков.

Во-первых, активность группы проявляется частотой взаимодействия участников и общими механизмами самовыражения. Так, например, регулярные посещения или совместные просмотры болельщиками футбольных матчей, использование внутри группы своей общей отличительной клубной атрибутики, совместное изготовление «кричалок» и баннеров можно считать признаками социально активной группы. А если человек лишь изредка смотрит матчи сборной на чемпионатах Европы или мира, то его сложно назвать постоянным членом группы футбольных болельщиков.

Во-вторых, группа отличается непрерывной динамикой внутренних процессов, протекающих в явной или скрытой форме. Сложно представить, чтобы хотя бы два футбольных матча между одними и теми же командами прошли одинаково: например,

⁷ Гоббс Т. Сочинения : в 2 т. М. : Мысль, 1991. Т. 2. С. 174.

⁸ Грицанов А. А. Новейший философский словарь. 3-е изд., испр. Минск, 2003. С. 1114.

одни и те же зрители кричат одни и те же «кричалки» строго по времени или голы забиваются в какие-то конкретные минуты. Такое даже предположить невозможно – каждый футбольный матч отличается от других не только действиями команд на поле, но и ответным поведением самих болельщиков. Именно неповторимая динамика игры делает для всех участников футбольного матча эти 90 минут интересными, яркими и захватывающими.

В-третьих, социальная группа следует своим особым нормам и правилам, придерживаясь общих избранных ценностей, что активно демонстрируются ее членами. Футбольные болельщики, а тем более фанаты, тоже живут по своим определенным правилам, которые хоть и варьируются от страны к стране и даже от региона к региону, но имеют общие для всех ритуалы. Например, когда диктор объявляет состав команды, болельщики обычно скандируют фамилии своих футболистов, а замену игрока в своей команде принято встречать аплодисментами, благодаря уходящего с поля футболиста за его игру. Так называемый кодекс чести фаната обсудим ниже.

В-четвертых, социальная группа имеет свою ролевую структуру с достаточно выраженными функциональными нагрузками. У футбольных болельщиков этот признак не настолько проявлен, ведь они в большинстве своем встречаются только на матчах, не взаимодействуя до или после игры. Зато у футбольных фанатов (на сленге группа фанатов называется «фирма»), которые являются слаженным единым коллективом, существует довольно конкретное распределение ролей и задач (более подробно о иерархии и распределении обязанностей среди членов «фирм» см. ниже).

Опираясь на описанные выше признаки и примеры, можно сделать вывод, что футбольные фанаты действительно являются социально активной группой. При этом стоит разграничить понятия «фанат» и «болельщик». В современной литературе эти термины часто считаются взаимозаменяемыми, хотя для околофутбольной среды подобная путаница является серьезной ошибкой, примерно такой же, как приравнивание друг к другу обычного любителя спорта и профессионального спортсмена.

Итак, если обратиться к форумам и специализированным сайтам, посвященным поддержке футбольных команд, можно отметить, что сами представители «околофутбольной» субкультуры выделяют *ряд признаков истинного фаната*:

- активное посещение практически всех домашних матчей;
- посещение по возможности и выездных матчей любимой команды;
- стремление уделять максимум свободного времени любимому виду спорта;
- знание и понимание футбольных правил, истории клуба и в целом фанатской субкультуры;
- совместное участие в групповой активности по подготовке и сопровождению матчей.

Перечень довольно размытый и расплывчатый, хотя последние пункты кажутся наиболее значимыми: фанаты должны разбираться и быть в курсе новостей и любых нововведений любимого клуба и вида спорта.

Помимо предложенных самыми представителями движения признаков, важно отметить особую значимость фанатской самоидентичности – это осознание личностью своей принадлежности к той или иной социально-личностной позиции в рамках социальных ролей. Человек является фанатом только тогда, когда он сам считает себя таковым.

Рассмотрим типологию футбольных фанатов и болельщиков. Существует множество различных классификаций, объединяющих всех тех, кто неравнодушен к этому виду спорта. Однако тут так же, как и с различием между болельщиками и фанатами, нет единой определенной классификации, которой бы придерживались все специалисты без исключения, поэтому разберем наиболее распространенную и принятую среди представителей движения⁹.

⁹ См.: Кузнецов М. В. Субкультура футбольных фанатов и футбольных хулиганов : Культурный аспект // Студенческий научный форум : междунар. студенч. электрон. науч. конф., 15 февраля – 31 марта 2014 г. // Российская академия естествознания [сайт]. URL: <http://www.scienceforum.ru/2014/616/3672> (дата обращения: 12.06.2016).

Выделяют *шесть основных типов футбольных зрителей*. Рассмотрим по очереди каждый из них и кратко обозначим отличительные характеристики. При этом периодически будем использовать слова из распространенного околофутбольного сленга для их разъяснения.

Телевизионные болельщики (на футбольном сленге – «тапочники») (ил. 1). Самый большой по численности тип, его представители с увлечением систематически смотрят матчи по телевизору, но на стадионы ходят очень редко либо совсем не ходят. Важно отметить, что количество таких болельщиков растет в связи с популяризацией этого вида спорта. Большинство зрителей начинают свое увлечение спортом именно с этого этапа «боления», а затем либо так и остаются «телевизионными», либо постепенно становятся представителями другого типа.

«Кузьмичи». Они часто посещают стадионы, ходят туда с друзьями и близкими, однако не общаются с фанатами, редко посещают выездные матчи и практически не участвуют в создании плакатов и кричалок. Обычно это вполне взрослые состоявшиеся люди в возрасте от 35 до 55 лет. Они – основная и самая многочисленная группа зрителей на стадионах (ил. 2).

«Карланы». Это молодые люди, обычно до 30 лет, их легко отличить по спортивным костюмам, кроссовкам и бейсболкам (ил. 3). Они нередко бывают в подвыпившем состоянии и ходят большими группами. Карланы молодые и эмоциональные, поэтому легко поддаются на провокации. Обычно именно представители этого типа участвуют в мелких потасовках после матчей, отстаивая, как им кажется, честь любимого клуба.

Скарферы. Название пошло от английского слова *scarf*, которое переводится как «шарф» (ил. 4). Именно этот атрибут одежды с символикой любимого клуба обязательно отличает представителей этого типа. Сами фанаты говорят, что скарферы приходят на стадионы, чтобы стать одним целым, чтобы поболеть за команду и пошуметь с единомышленниками. Чаще всего это молодые люди, которые ищут компании для общения, хотят получить эмоциональный заряд и одобрение окружающих.



1. Телевизионные болельщики



2. «Кузьмичи»



3. «Карланы»



4. Скарферы

Ультрас. Активисты футбольного движения. Именно они готовятся к матчам на протяжении длительного периода, репетируют выступления, кричалки и рисуют баннеры в поддержку любимого клуба (ил. 5). Ультрас – это структурированная группа, в которой есть четкая иерархия, свод законов и строгая дисциплина. Обычно современные представители этого типа хорошо общаются с представителями клуба, иногда даже с игроками и тренерами, а также активно взаимодействуют с представителями правоохранительных органов, обсуждая с ними детали представления на стадионе. У ультрас довольно жесткие законы (кодекс чести), поэтому они дисциплинированные и сплоченные. Для примера рассмотрим лишь некоторые их принципы:

- в любой ситуации поддерживать любимый клуб, несмотря на ход матча и результат;
- быть преданными клубу и отстаивать интересы команды;
- не поддаваться на провокации соперников и самим их не провоцировать;
- не садиться во время игры;
- пресекать любые агрессивные реакции членов группы, а также любые разговоры, которые не касаются матча или команды.

Кроме того, у большинства современных ультрас есть довольно строгие санкции в отношении своих одноклубников, которые проявляют неадекватную агрессию или демонстрируют противоправное поведение (обидные выкрики, бросание файеров, участие в потасовках). Обычно с правонарушителями разбираются еще до появления полиции, чтобы не портить доверительные отношения с представителями закона.

На сайте газеты «Советский спорт» читаем: «Узнать ультрас можно также по наличию шарфа. Но, в отличие от скарферов, ультрас практически не носят фирменные клубные вещи. Обычно это джинсы и футболка. В холодное время – свитер, куртка, пальто. Есть излюбленные фанатами фирмы: *Ben Sherman, Fred Perry, Pual Smith, Stone Island, Lacoste, Paul & Shark* и некоторые другие. На ногах – белые кроссовки *Adidas*. В последнее время в моду стали входить кроссовки *New Balance*. Иногда могут надеть спортивные

брюки, зауженные в голени. На голове – капюшон, если в толстовке или куртке, или кепка с клетчатым узором. Шиком считается *Burberry*. Так называемый стиль *casual* (кэжуал)»¹⁰.

Хулс – это футбольные хулиганы – именно те люди, которых показывают в новостных сводках во время столкновений «стенка на стенку» (ил. 6). Сами хулс утверждают, что никогда не нападают на обычного неподготовленного зрителя – только на представителя враждующей «фирмы». При этом они нападут и на полицию, если защитники правопорядка, по их мнению, нарушают их права. Известный в фанатских кругах писатель Дути Бримсон писал: «Если там, куда мы приедем, вы будете относиться к нам как к подонкам, то мы будем вести себя как подонки». Обычно бои хулс проходят примерно в равных составах, но иногда может возникнуть и существенный численный перевес. Для своих разборок хулс по большей части стараются выбирать удаленные от стадиона, а следовательно, и от правоохранительных патрулей места. В городе подобные столкновения происходят крайне редко.

Отличить хулс от других фанатов можно по особому стилю *casual* – вещам дорогих, чаще всего английских брендов. Это обязательно белые кроссовки. На трибунах они стараются держаться вместе с ультрас, но за пределами арены их пути резко расходятся. Отличить от ультрас их тоже легко – они никогда не носят клубных цветов. Максимум – футболка-поло в цветах эмблемы клуба.

И наконец, познакомимся со структурой фанатской «фирмы»¹¹.

«Фирма» – это долговременная организованная группировка футбольных фанатов, приверженных определенному футбольному клубу и принимающих участие не только в сопровождении и поддержке своих команд во время игр, но и в драках (межклубных столкновениях) за пределами стадионов.

¹⁰ Чаушьян С. Кто такие «скарферы», «тапочники», «кузьмичи», «жарлапы» и «ультрас» // Советский спорт [онлайн-версия]. URL: <http://www.sovsport.ru/blogs/blog/bmessage-item/2554> (дата обращения: 19.09.2016).

¹¹ См.: Маннанов А. Топ-10 лучших фанатских фирм Европы : в 2 ч. Ч. 1 // Footballtop : международный футбольный рейтинг. URL: <http://www.footballtop.ru/news/top-10-luchshih-fanatskih-firm-evropy-chast-i> (дата обращения: 08.07.2016).



5. Ультрас



6. Хулс

Структура «фирмы» включает в себя несколько частей.

Моб – это основная сила футбольной фирмы. Обычно любая крупная фирма состоит из нескольких мобов. Мобы делятся на два типа: «карлики» – те, кто недавно пришел движение и еще не заслужил доверия; «бойцы» – опора фирмы, они дисциплинированы, выносливы и всегда готовы к бою. По мнению самих фанатов, невозможно существование моба без лидера-стратега – это главный человек, который готов повести за собой. Важно отметить, что мобы часто формируются по территориальному признаку, чтобы удобнее было добираться до сходов и матчей.

Скауты («разведчики»). Они высматривают и оценивают противников для будущих битв, выбирают только сформировавшиеся или уже серьезные фирмы, но не маленькие группки неорганизованных болельщиков. Для статуса «фирмы» действительно важно правильно выбрать равных соперников, а не слабых и беспомощных. Скауты не афишируют себя как часть «фирмы», а действуют под прикрытием. Обычно это умные и обеспеченные люди, которые одеваются в дорогие костюмы, и их внешний вид внушает доверие.

Фанаты. Это творческий актив «фирмы». Они заранее готовят баннеры и прочее сопровождение, чтобы устраивать яркие представления на матчах, носят одежду с атрибутикой клуба и поют подбадривающие песни. Редко участвуют в драках и потасовках, обычно после матча уединяются и обсуждают результаты игры.

«Фирма» также после каждого матча подводит итоги, обсуждает результаты и исправляет ошибки. У большинства зарубежных и российских крупных клубов есть своя «фирма», и не одна. Несмотря на дурную славу и нередко очень проблемное поведение околофутбольных драчунов, основная миссия «фирмы» – это активная поддержка национального футбола всеми доступными средствами. К сожалению, далеко не всегда это делается адекватными, разумными и законными способами.

Футбольные фанаты – это в основном объединения социально-активной молодежи, представителям которой необходимо регулярно выплескивать свои эмоции. Однако порой эти эмоции

мешают им адекватно реагировать на различные опасные ситуации. Таким образом, чтобы предупредить возможные инциденты и достичь эффективного взаимодействия с конкретными целевыми группами, необходимо опираться на практический опыт психологических исследований личностных и групповых особенностей как российских, так и зарубежных болельщиков и фанатов, которые будут описаны далее.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Сопоставьте приведенные признаки социальной группы с группой футбольных болельщиков.
2. Опишите основные типы футбольных болельщиков.
3. Охарактеризуйте понятие «фирма», опишите структуру этой организации.

Вопросы и задания для самостоятельной работы

1. Порассуждайте, в чем отличие между фанатами ультрас и хулс.
2. В чем состоит кодекс чести футбольного фаната?
3. В чем разница между понятиями «фанат», «зритель» и «болельщик»?

3. СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ БОЛЕЛЬЩИКОВ РАЗНЫХ СТРАН

Футбол – самая популярная игра в мире, поэтому неудивительно, что количество болельщиков и фанатов по всему миру с каждым годом закономерно растет. Однако, несмотря на определенное внешнее сходство всех любителей футбола, которые со стороны выглядят как помешанная на футболе толпа, на опытный взгляд они заметно различаются между собой в зависимости от страны и даже региона. Разберемся, какими же особенностями отличаются зрители (болельщики, фанаты) различных футбольных держав: зная их особенности, мы, возможно, легче сможем найти общий язык и выстроить эффективное взаимодействие с ними.

Испания – инчас

Испанцы сами отмечают, что у них нет просто зрителей, зато есть *инчас*¹². Это очень эмоциональная, горячая и вспыльчивая публика, которая искренне считает футбол религией и призванием всей своей жизни (ил. 7). Инчас тяжело переживают неудачи сборной и не особо стесняются в этом случае всячески высказывать свое недовольство игрою. Если же испанцы приходят на матч с белыми платками, то это верный знак – пришло время менять тренера, качество игры или даже всю политику сборной.

Инчас всегда рады посещать выездные матчи потому, что их фанатское движение находится в тесном взаимодействии с клубами и сборной. Помимо общения и моральной поддержки, инчас получают от клубов и финансовую помощь – оплату переездов

¹² См.: Испанский футбольный фанатизм // Footballtop : международный футбольный рейтинг. URL: <http://wiki.footballtop.ru/%D0%98%D1%81%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F> (дата обращения: 02.10.2016).

во время выездных матчей. Возможно, поэтому именно испанцы тратят больше других во время зарубежных поездок – в среднем £457¹³. Кроме того, нередко фанатские группы еще и неплохо зарабатывают на своем увлечении, продавая атрибутику клуба, форму, фотографии и автографы игроков, сувениры, эксклюзивные видеоматериалы, а также прочую фанатскую продукцию¹⁴.

Внешний вид инчас в основном отличается спортивным стилем: это джинсы от *Levi's*, футболка сборной и легкие кроссовки. Тяжелую обувь испанские фанаты предпочитают не носить.

Италия – тиффози

В Италии всю околофутбольную среду обычно называют тиффози (ил. 8). Согласно одному из исследований оказалось, что именно итальянцы считаются самыми суеверными среди европейских болельщиков (73 %). В сравнение: самый низкий уровень суеверий – у португальцев, где лишь 23 % опрошенных признали, что верят в футбольные приметы. Еще один интересный факт: тиффози тратят около £398 на выездную игру (больше тратят только испанские инчас).

Еще одна важная особенность итальянцев: враждующие фанаты «Милана» и «Интера» отличаются политическими взглядами и социальным положением. Болельщики «Милана» в основном представляют рабочий класс, а «Интера» – более обеспеченные и состоятельные круги. Однако стоит отметить, что на матчах сборной Италии тиффози забывают о межклубных противоречиях, становятся единым целым и преданно поддерживают любимую команду.

Итальянцы считаются менее агрессивными и стараются проявлять свои эмоции на трибунах яркими действиями без примене-

¹³ См.: Вся правда о футбольных фанатах Европы // Тутитам : интернет-журнал. URL: <http://tutitam.com/iz-zhizni/vsya-pravda-o-futbolnyh-fanatah-evropy> (дата обращения: 04.10.2016).

¹⁴ См.: Как выглядят футбольные фанаты в разных странах // Venividi [сайт]. URL: <http://venividi.ru/node/31436> (дата обращения: 07.07.2016).

ния насилия. Они создают плакаты и транспаранты, масштабные баннеры, которые могут занимать целый сектор. Кроме того, песни и кричалки итальянцев отличаются своей оригинальностью, слаженностью и музыкальностью¹⁵.

Тиффози стараются не поддаваться на провокации, не вступать в драки и потасовки. А если конфликты и случаются, то уже после матча. Итальянские болельщики стараются чтить спортивные принципы и не подводить свою сборную, не позволяя себе терять голову. Вероятно, неконфликтность при высокой эмоциональности итальянских болельщиков определяет их гендерный состав – многие женщины в Италии очень любят футбол и разбираются в нем не хуже мужчин. На спорт номер один в стране принято ходить семьями, обсуждая затем результаты матчей за ужином¹⁶.

Несмотря на яркие и креативные акции поддержки своих любимых команд, со стороны тиффози выглядят довольно неприемчательно – недорогие кроссовки (обычно *Adidas*), олимпийка и джинсы *Pierre Carden*.

Германия – фуссбалльфанс

В Германии футбол является заметной частью национальной культуры. Фуссбалльфанс (нем. FußballFans – любители футбола) – это около 7,5 млн человек (более 8 % всех граждан Германии), которые имеют членство в одном из футбольных клубов (ил. 9). Проведенный немецкими социологами опрос показал, что более 20 тыс. германских респондентов считают футбол самым популярным телевизионным видом спорта. 35 % опрошенных с особым интересом следят за играми сборной и матчами команд Бундеслиги. С чемпионата мира 2006 года в Германии ведет начало тради-

¹⁵ См.: Топ-10 самых ярых футбольных фанатских движений! // Sports : спортивная интернет-газета. URL: <http://www.sports.ru/tribuna/blogs/vamosfm/740821.html> (дата обращения: 14.09.2016).

¹⁶ См.: Футбол Италии – особенности темперамента // Spunchers [сайт]. URL: <http://spunchers.ru/articles/297-futbol-italii-osobennosti-temperamenta.html> (дата обращения: 05.08.2016).



7. Инчас



8. Тиффози



9. Фуссбалльфанс

ция публичных просмотров, когда зрители, не купившие билеты на стадион, смотрят матчи на специальных уличных экранах¹⁷.

Немецкие болельщики считаются наиболее организованными и миролюбивыми. У фуссбалльфанс принято не связываться в конфликты, престижно быть выше этого. С особым педантизмом они относятся к важным матчам своей сборной, устраивая масштабные перформансы. С особыми почестями встречают немцы свою сборную после удачных выступлений на чемпионатах, проводят парады и многотысячные шествия, заполняя полностью центральные улицы Берлина.

В одежде немецкие болельщики обычно поддерживают отечественного производителя: это кроссовки *Puma* и *Adidas*, джинсы, свитера и толстовки марок *Alpha Industries* и *Thor Steinar*. Средний доход фуссбалльфанс в Германии позволяет покупать и брендовую зарубежную одежду. Самым популярным брендом является *Burberry*¹⁸.

Британия – саппортеры

Английских болельщиков, преданных команде и стремящихся отстаивать ее честь, называют саппортерами (от *англ.* support – поддерживать) (ил. 10). Их считают наиболее консервативными и классическими. На туманном Альбионе суббота – святой день для рядового футбольного болельщика. Издавна игры начинались в три часа дня, чтобы все рабочие успели вернуться и подготовиться к матчу.

Выездные матчи проходят значительно динамичнее и эмоциональнее для всей разнообразной братии британских болельщиков и фанатов. Саппортеры объясняют это стремлением проявить

¹⁷ См.: Футбол – самый любимый и популярный вид спорта Германии // Studygerman [сайт]. URL: http://www.studygerman.ru/support/lib/nemeckij_futbol.html (дата обращения: 09.08.2016).

¹⁸ См.: Брендовая одежда футбольных фанатов // Ritsu [сайт]. URL: <http://www.ritsu.ru/sn26-brendovaya-odejda-futbolnyih-fanatov.html> (дата обращения: 17.09.2016).

гордость за свою страну, выиграв не только на поле, но и на трибунах. В матчах за сборную болельщики объединяются и готовы идти на таран в прямом и переносном смысле. Часто перед игрой они собираются большими компаниями и идут в местные пабы, заряжаясь энергией, и нередко – алкоголем. После такого начала игра обещает быть жаркой и эмоциональной.

Англичане – законодатели моды в футбольной субкультуре. Стиль *casual* является самым популярным: это джинсы *Gap* и *Calvin Klein*, безрукавки и джемперы *Burberry*, парки *Stone Island* и военные куртки *Barbour*.

Бразилия – торседос

Бразилию и футбол невозможно представить друг без друга¹⁹. Поэтому болельщиками в этой стране не становятся, а рождаются. Представителей околофутбольного движения принято называть *торседос*, что в переводе с португальского означает «веретено» (ил. 11). Название отражает их активность и неусидчивость.

Бразильцы отличаются изобретательностью и оригинальностью в отношении футбола. На стадионе «Маракана» даже есть особая схема фотографирования игроков. 26 ноября 2014 года вышел очередной номер газеты *Estado de Minas*, посвященный финалу Кубка Бразилии. Все, что не имело отношения к футболу, публиковать не стали, поместив вместо содержания лишь фразу «blá blá blá». Болельщики считают футбол частью своей жизни, поэтому готовы безвозмездно помогать любимой команде. Например, торседос принимали активное участие в строительстве домашнего стадиона клуба «Интернасьонал» в городе Порту-Алегри.

Победы и поражения своей команды темпераментные бразильцы воспринимают как личную удачу или трагедию. Позор домашнего поражения на чемпионате мира 2014 года от «бессердечно технических» немцев со счетом 7 : 1 тяжело переживала и оплакивала

¹⁹ См.: Бразильские футбольные фанаты: 5 причин, почему они являются такими страстными // Огогол [сайт]. URL: http://ogogol.net/blog/Brazilskie-futbolnye-fanaty_-5-prichin-pochemu-oni-javljajutsja-takimi-strastnymi- (дата обращения: 11.10.2016).

вся страна, и особенно Кловис Акоста Фернандес. Это самый известный болельщик Бразилии, который посетил все матчи сборной на чемпионатах мира с 1990 года. После поражения он, не скрывая слез, подарил сувенирный кубок (который возил с собой с 2002 года) маленькой немецкой девочке в знак признания успеха немецкой сборной. После такого разгромного матча целая нация не смогла совладать с эмоциями и устроила массовые беспорядки.

Эмоциональная нестабильность торседос часто играет с ними злую шутку – бразильцев легко спровоцировать и раззадорить, а вот остановить бывает тяжело даже привыкшим к этому местным сотрудникам правоохранительных органов.

Россия – футбольные болельщики

Описав представителей самых известных футбольных держав, стоит наконец уделить внимание и российским болельщикам-фанатам (ил. 12). Несмотря на не столь долгую свою историю, отечественное околоспортивное движение развивается стремительно и во многом берет за основу английскую модель – как в одежде и атрибутике, так и в поведении. Более того, по их собственным ощущениям, наши фанаты, когда болеют за сборную, становятся единым организмом. Недаром зарубежные средства массовой информации прозвали их армией. Однако, возможно, вследствие не очень удачных выступлений сборной России ее болельщики стараются выиграть игру не на поле, а за его пределами, поддаваясь на провокации и устраивая массовые потасовки.

Стоит отметить еще один важный факт: средний возраст болельщика в России – 33 года, в сравнении с европейским – 43,7 (а в Германии – 45,4)²⁰. В нашей стране на матчи хотят более молодые люди, стремящиеся выплеснуть накопившиеся эмоции и пока еще не всегда владеющие ими.

²⁰ См.: Россияне предпочитают иностранный футбол российскому // Ведомости : ежедневная деловая газета [сайт]. URL: http://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2011/09/06/v_rossii_futbolom_interesuetsya_pochti_dve_treti_naseleniya (дата обращения: 06.08.2016).



10. Сапортеры



11. Торседос



12. Российские болельщики

В завершение этой темы все же отметим, что, несмотря на отмеченную разницу в менталитетах, в так называемой «культуре боления» и даже в финансовых возможностях, многих представителей движения футбольных фанатов объединяют схожие психологические особенности. Поэтому в следующей главе вниманию читателей будет представлен коллективный портрет «фирменного футбольного болельщика», составленный нами на основе анализа данных современных научных публикаций зарубежных и отечественных авторов, а также на основе результатов собственных исследований.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Для чего необходимо знать особенности болельщиков разных стран?
2. Опишите внешний вид фанатов из Италии, Германии и Британии.
3. Какое важное статистическое различие есть между российскими и зарубежными фанатами?
4. Опишите реакцию самого известного болельщика Бразилии на поражение сборной на чемпионате мира 2014 года?

Вопросы и задания для самостоятельной работы

1. Проведите сравнительный анализ немецких и испанских фанатов.
2. Какие психологические особенности являются наиболее выраженными у фанатов разных стран?
3. Опишите отличительные особенности российских футбольных фанатов.

4. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПОРТРЕТЫ ФУТБОЛЬНЫХ ФАНАТОВ: ЛИЧНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Околофутбольная среда стала вызывать активный исследовательский интерес у зарубежных психологов только в последние 15–20 лет, российские же коллеги занялись серьезными исследованием психологических характеристик представителей движения не более 7–9 лет назад. Рассмотрим полученные результаты и на их основе составим собирательный образ российского и зарубежного фаната.

В Исследовательском центре Лондона в 2009–2010 годах был проведен мониторинг выборки британских фанатов на предмет проверки гипотезы об их избыточной агрессивности²¹. Анализ первичных данных по статистике показателей агрессивности, определенных с помощью методики Спилбергера, не выявил значимых различий между контрольной нефанатской группой испытуемых, обычными футбольными болельщиками и *саннотерами*. Полученные данные не подтверждают бытующее в среде футбольных специалистов и спортивных журналистов мнение о значительно большей выраженности агрессивности у футбольных болельщиков, и особенно у фанатов, по сравнению с представителями внефанатской среды.

Сопоставление индивидуальных особенностей в группах участников исследования позволяет утверждать с достаточной достоверностью о большей выраженности показателя экстравертированности, раздражительности и меньшей общительности в группах

²¹ См.: Ениколопов С. Н. Агрессия и мотивация футбольных болельщиков // Коченовские чтения : Психология и право в современной России : сб. тез. участников Всерос. конф. по юридич. психологии с междунар. участием. М., 2010. С. 27–28.

болельщиков по сравнению с группой «неболельщиков». Были выявлены статистически значимые различия по шкалам «Экстраверсия – интроверсия» и «Раздражительность» между фанатами и теми, кто индифферентно относится к футболу.

В рамках изучения субкультур Д. Хеббидж исследовал социально-психологические факторы формирования социальной ответственности у футбольных фанатов²². Социальная ответственность футбольного фаната представляет собой интегральную черту его личности, раскрывающуюся в готовности к просоциальным проявлениям футбольного фанатизма²³ и выражающуюся в персональном принятии ею официальных и неофициальных санкций за социальные последствия своих действий по отношению ко всем субъектам социального взаимодействия.

Каждый компонент внутренней структуры социальной ответственности через соответствующий ему критерий включен в суммарный состав этой интегральной характеристики и демонстрирует степень ее сформированности у футбольного фаната. Состояние элементов каждого из структурных компонентов определяет три уровня сформированности социальной ответственности: *фрагментарный, ситуативный и устойчивый*.

Фрагментарный уровень означает способность футбольного фаната лишь частично следовать интересам своего клуба, контролировать свои эмоции, проявлять настойчивость, выдержку, руководствоваться в своих действиях социальными интересами и интересами самого футбольного клуба.

Ситуативный уровень демонстрирует стремление фаната проявлять социальную ответственность в зависимости от обстоятельств. Если, по мнению фаната, сложившаяся ситуация является социально приемлемой и значимой, он будет придерживаться интересов клуба и стараться сдерживать свои эмоции.

²² См.: Сковцова Е. В. Психосоциальные характеристики футбольных фанатов как субъектов глобализационного сообщества // Экспериментальная психология. 2011. № 2. С. 79–87.

²³ Просоциальным называется поведение, направленное на взаимопомощь и взаимную поддержку.

Устойчивый уровень отражает высокую степень развития всех компонентов структуры социальной ответственности, что проявляется в готовности личности к просоциальным формам проявления фанатизма и выражается в устойчивом стремлении следовать общественным нормам и правилам согласно чувству долга.

Уровень сформированности социальной ответственности футбольного фаната определяется установочно-целевыми, когнитивными, мотивационно-потребностными, аффективно-перцептивными, коммуникативно-операциональными и регулятивно-волевыми факторами. При этом чем выше уровень социальной ответственности, тем слабее выражены такие свойства личности футбольных фанатов, как психопатия, агрессивность, раздражительность, паранойяльность.

Д. Хеббидж установил, что готовность принятия персональной позиции на устойчивом уровне социальной ответственности находится в прямой связи с субъективным контролем футбольного фаната, с его ориентацией на альтруизм и с такими свойствами его личности, как эмпатийность и толерантность. Мера социальной ответственности футбольного фаната прямо пропорциональна его интернальности в области неудач и межличностных отношений и обратно пропорциональна негативным коммуникативным установкам, негативизму и таким свойствам его личности, как истерия и паранойяльность. Таким образом, *у фанатов с низким (фрагментарным) уровнем социальной ответственности достоверно выше выражено стремление переложить ответственность за неудачи на окружающих, и им с большой вероятностью присуща склонность к эмоциональной нестабильности.*

Примерно в это же время (в 2010 году) в России в МГУ им. М. В. Ломоносова вместе с Научным центром психического здоровья АМН России тоже было проведено исследование личностных особенностей российских футбольных фанатов.

Для выявления *факторов мотивации* принятия участия в движении футбольных фанатов была создана специальная методика, основу которой составил опросник Д. Ванна *SportFan Motivation-Scale*, разработанный для оценки мотивационных особенностей

спортивных болельщиков. Для оценки *характеристик агрессивности* фанатов был использован опросник диагностики агрессии Басса – Дарки. Степень *самоуважения* оценивалась с помощью шкалы Розенберга. Для диагностики индивидуальных личностных особенностей использовался опросник черт характера Русалова – Маноловой (ОЧХ-В).

Однофакторный дисперсионный анализ полученных в этом исследовании данных показал, что люди, приверженные движению фанатов, по сравнению с людьми, далекими от футбола, обладают повышенным уровнем агрессивности, низким уровнем самоуважения и тенденцией к акцентуации по возбудимости.

Мотивирующими факторами для фаната являются положительное психологическое напряжение, эстетика, принадлежность к группе и чувство собственного достоинства. Согласно корреляционному анализу, с агрессией фаната, а именно с ее физическими проявлениями, взаимосвязана мотивация чувства собственного достоинства. Фанат принимает успехи и поражения любимой команды как свои собственные, то есть определенным образом идентифицируется с ней. Подобная идентификация позволяет ему в случае ее успеха повысить уровень самоуважения. Если игра команды неуспешна (что не обязательно связано с ее проигрышем), то самоуважение остается на низком уровне, что для фаната является фрустрирующей ситуацией, которая выступает стимулом, запускающим агрессивные реакции. Сила этих реакций может обуславливаться фрустрациями в нефутбольной жизни. Проявлению и распространению агрессии способствует повышенная возбудимость болельщика.

С. Медников, старший преподаватель факультета психологии СПбГУ, по-своему исследовал групповые и индивидуальные социально-психологические отличия футбольных фанатов и болельщиков от тех, кто индифферентно относится к футболу²³. Испытуемым было предложено самим отнести себя к одной из групп по их отношению к футболу: «неболельщики», «болельщики» и «фанаты».

²³ См.: Медников С. В. Личностные и ситуативные предпосылки агрессивного поведения футбольных болельщиков // Вестн. Санкт-Петербург. ун-та. Сер. 12, Психология. Социология. Педагогика. 2011. № 4. С. 152–163.

Основной задачей было изучение удовлетворенности жизнью и сравнение этого показателя у представителей фанатской и внефанатской среды.

Группа «неболельщики» статистически значимо ($p < 0,05$) отличается от футбольных болельщиков по следующим показателям: «реальная удовлетворенность учебой или работой», «реальная удовлетворенность отношениями в семье», «реальное получение удовольствия в личной жизни». Средний показатель реальной удовлетворенности учебой или работой у людей, не интересующихся футболом, выше, чем у футбольных болельщиков. Это может говорить о том, что футбольные болельщики используют футбол как доступное средство самостимуляции и получения удовольствия вместо того, чтобы искать более подходящую работу или решать проблемы с учебой. По их собственным словам, для большинства футбольных болельщиков одно из главных удовольствий – это футбол. При этом для людей старшего возраста наиболее привлекателен сам процесс игры, красота футбола, а для людей помоложе – процесс поддержки любимой команды, атмосфера на стадионе.

Группа «неболельщиков» статистически значимо ($p < 0,05$) отличается и от футбольных фанатов по показателю «реальная удовлетворенность учебой или работой». В группе «неболельщиков» этот показатель выше, чем в группе футбольных фанатов. Можно предположить, что первые не увлекаются футболом, возможно, именно потому, что в полной мере реализуют себя в работе или учебе и тратят на это много времени и сил, а вторые за счет своей включенности в субкультуру фанатов в определенной мере компенсируют свою нереализованность и неудовлетворенность работой и учебой.

Группа «болельщиков» также статистически значимо ($p < 0,05$) отличается от футбольных фанатов по показателям «реальная удовлетворенность отношениями в семье» и «реальная удовлетворенность свободой поступков и действий». В группе футбольных болельщиков эти показатели выше, чем в группе футбольных фанатов, значит, футбольные фанаты в еще меньшей степени удовлетворены отношениями в своих семьях, чем болельщики, кроме того,

им не хватает свободы поступков и действий. Не исключено, что в семьях футбольных фанатов не разделяют их всепоглощающего увлечения футболом, или, наоборот, некоторая неудовлетворенность отношениями в семье толкает людей в футбольные фанаты. Между тем, меньшая удовлетворенность свободой поступков и действий футбольных фанатов по сравнению с футбольными болельщиками может говорить о том, что действия футбольных фанатов заметно больше ограничиваются обществом. Если наблюдать за действиями службы безопасности стадиона, можно предположить, что свобода действий и активность фанатов ограничиваются скорее всего из соображений безопасности. Но самими же фанатами подобные действия могут восприниматься как ограничение свободы вообще.

Итак, несмотря на культурные и визуальные различия между группами болельщиков и фанатов, есть и общие черты, которые их объединяют. К ним относятся *низкая удовлетворенность учебой или работой и отношениями в семье, тенденция к снижению самооценки, внешняя референция и сильная эмоциональная привязанность к футболу, способствующая идентификации фаната с игрой.*

В 2012 году известный своими книгами о фанатах Дуги Бримсон и группа исследователей из Манчестера и Ньюкасла решили составить описательный портрет футбольного фаната²⁴. Для этого выборку из 54 человек диагностировали на уровень агрессивности, экстравертированности, эмоциональной стабильности и конформности. В результате при анализе данных этого исследования портрет футбольного фаната оказался таким:

- Фанаты более экстравертированы, но менее общительны по сравнению с группами «болельщиков» и «неболельщиков».
- Они раздражительны, склонны к аффективному реагированию, эмоционально неустойчивы.
- Их агрессивность вряд ли носит спонтанный характер, скорее всего, она инструментальна по своей природе.

²⁴ См.: Бримсон Д. Фанаты / под ред. А. Л. Дунаевского. СПб., 2005. 266 с.

– У них прослеживается стремление к доминированию, выделению себя из среды. Футбольные фанаты могут открыто демонстрировать агрессивное отношение к социальной среде.

– В этой группе может происходить снятие персональной ответственности, групповое заражение.

– Человек в подобной среде становится более восприимчив к внушению, у него возникает ощущение непреодолимого могущества, мощи, единения, анонимности и коллективной безответственности этой группы.

– Деятельность фанатов направлена вовне. У них прослеживается повышенная возбудимость. Это можно наблюдать в определенных практиках поддержки команды.

– У большинства представителей подобных групп больше выражены маскулинные черты. Маскулинность здесь может ассоциироваться с инструментальностью, независимостью и агрессивностью.

– Для футбольных фанатов характерен средний уровень эмоциональной лабильности, что говорит об относительной способности к регуляции своего состояния. Поведение таких людей может быть импульсивным в отдельных ситуациях.

– У футбольных фанатов выявлен высокий показатель реактивной агрессивности, что свидетельствует об агрессивном отношении к социальному окружению.

Таким образом, по Д. Бримсону, «средний футбольный фанат» – это обычно относительно молодой мужчина, очень приверженный футболу и своим единомышленникам, а также множеству бытующих в фанатской среде установок и ритуалов, при этом весьма склонный при определенных обстоятельствах к импульсивным эмоциональным реакциям. Кроме того, он склонен быстро заражаться эмоциями и настроениями других людей и довольно внушаем. Все это может приводить к довольно опасным для него и для других последствиям.

В 2012 году на кафедре психофизиологии и психофизики факультета психологии Уральского федерального университета нами были начаты собственные исследования психологических особен-

ностей футбольных фанатов²⁵. Причиной нашего обращения к этой теме, с одной стороны, было широкое распространение негативно-го отношения в обществе к футбольным фанатам, а, с другой, глубокий личный интерес авторов исследования и к футболу (как спортивной игре) и к сопровождающему футбол фанатскому движению.

В первом пилотном исследовании участникам фанатского движения (20 испытуемым в возрасте от 18 до 21 года) был предложен опросник Айзенка – EPQ, направленный на оценку таких характеристик темперамента как психотизм, экстраверсия, нейротизм.

По шкале психотизма, которая позволяет судить о склонности испытуемых к асоциальному поведению, вычурности, неадекватности эмоциональных реакций и высокой конфликтности, склонности к уединению и нечуткости к другим, наши респонденты показали разброс в диапазоне от 2 до 15 и среднее значение 5,9 (нормальный диапазон для этой шкалы – 5–12). Ниже нормы оказался показатель у 40 % испытуемых, выше – у 5 %. Это свидетельствует о том, что испытуемые данной выборки имеют проблемы с пониженными возможностями самозащиты и самопредъявления и страдают скорее от стеснительности и зажатости, чем от агрессивности.

Средние и высокие показатели экстраверсии характеризуют направленность психической активности фанатов вовне (на других). 95 % участников исследования проявили данную характеристику в диапазоне от 12 до 23 баллов, что как раз соответствует среднему и высокому уровню экстравертированности опрошенных, и лишь 5 % испытуемых показали низкий результат по этому показателю, оказавшись интровертами.

По шкале нейротизма в исследуемой выборке 50 % респондентов оказались эмоционально стабильными, и только 20 % испытуемых показали результаты в зоне повышенного нейротизма.

²⁵ См.: Дихорь В. А. Психологические аспекты адаптации футбольного фаната в современном социуме // Безопасность и адаптация человека к экстремальным условиям среды и деятельности. Челябинск, 2014. С. 327–333.

Определенные на основе вышеназванных шкал типы темпераментов распределились так:

- сангвиников – 50 %,
- холериков – 45 %,
- меланхоликов – 5 %,
- флегматиков – 0 %.

Опираясь на результаты всех упомянутых исследований, мы можем прийти к выводу, что футбольные фанаты, вне зависимости от их места жительства, проявляют множество сходных психологических проблем, таких как пониженная социальная адаптация, неуверенность в себе, пониженная ответственность за свои действия и их последствия, повышенное стремление к коммуникации, склонность к подражанию, повышенная раздражительность и быстрая возбудимость, определенная эмоциональная нестабильность.

Таким образом, с самого зарождения такого явления как футбольный фанатизм оно привлекает по всему миру в свои ряды определенные типы молодых людей, не только сильно эмоционально привязанных к игре, но и в острой форме воспринимающих неудачи любимой команды на свой счет. А это вкупе с эмоциональной нестабильностью и повышенной раздражительностью при любой провокации может привести к неадекватным действиям агрессивного характера. Если принять во внимание то, что такие молодые люди собираются в большие группировки, подобные вспышки агрессии могут иметь форму цепных реакций и приобретать массовый характер, приводя к серьезным социальным проблемам.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Составьте коллективный психологический портрет футбольного фаната на основе современных исследований.
2. Проведите сравнительный анализ показателей болельщиков и «неболельщиков» согласно исследованию С. Медникова.
3. Опишите распределение типов темперамента среди представителей фанатского движения.

Вопросы и задания для самостоятельной работы

1. Опишите личностные особенности английских футбольных фанатов.
2. Укажите психологические факторы формирования социальной ответственности у футбольных фанатов.
3. Составьте собирательный образ футбольного фаната на основе книг Д. Бримсона.

5. СТЕРЕОТИПЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРИЯТИЯ И ОСОБЕННОСТИ САМОВОСПРИЯТИЯ ФУТБОЛЬНЫХ ФАНАТОВ

Данные контент-анализа в источниках СМИ

Футбольные фанаты и болельщики часто упоминаются в современных СМИ. Проведенный нами контент-анализ современных российских СМИ показал, что в 80 % случаев околофутбольная среда предстает в негативном образе, ассоциируясь с драками, беспорядками или неадекватными действиями в состоянии алкогольного опьянения.

Закономерно, что современные СМИ являются основным источником сведений о футбольных фанатах для подавляющего большинства населения, которое лично не имеет прямых контактов в околофутбольной среде. Таким образом, на основе газет, журналов и различных интернет-изданий формируется стереотипный образ современного российского фаната в глазах рядового российского гражданина.

Рассмотрим подробнее результаты контент-анализа, проведенного для выявления стереотипного образа футбольного фаната по результатам СМИ²⁶. Введя в поисковики на официальных сайтах выбранных печатных изданий словосочетание «футбольный фанат», мы установили, что оно встречалось в общей сложности 603 раза: 10 – «Комсомольская правда»; 427 – «Аргументы и факты»; 166 – «Известия». Наибольшее количество публикаций было

²⁶ См.: Гизуллина А. В., Дихорь В. А. Психологические аспекты восприятия футбольных фанатов на примере гендерной выборки // Спортивный психолог. 2015. № 4 (39). С. 22–37.

в 2010, 2012 и 2014 годах, что связано с проведением чемпионатов Европы и мира по футболу. Около 300 материалов было посвящено именно фанатам. В большинстве из них описывались драки с полицией, футболистами или между «фирмами», лишь 10–15 % повествовали о «законе о болельщиках» или об оригинальной поддержке команды, интересных баннерах и футбольных представлениях. Заметен значительный перевес негативной информации о фанатах. Часто в статьях синонимами слов «фанат», «болельщик» становятся выражения «хулиган», «неадекватное стадо» или «неконтролируемая толпа». В подобных статьях представитель околофутбольного движения описывается как молодой человек 18–28 лет, не слишком образованный, с ярко выраженными агрессивностью, нетерпимостью к окружающим, неумением контролировать себя, а также сниженным интеллектом. Кроме того, в подобных статьях присутствуют эмоционально окрашенные оценочные прилагательные, негативно характеризующие фанатов, например: «опасный», «бесконтрольный», «глупый», «агрессивный», «бесчеловечный», «злой» и т. д.

Таким образом, современные популярные российские СМИ создают негативный образ российского болельщика/фаната, который формирует стереотипы и ожидания в общественном сознании людей и затем определенную ответную модель поведения.

Особенности представлений о футбольных фанатах у лиц, лично знакомых и не знакомых с ними

В 2014 году нами было проведено исследование представлений о фанатском движении у «неболельщиков» и болельщиков футбола, нацеленное на выявление стереотипов восприятия и самовосприятия футбольных фанатов. 80 респондентам предлагалось ответить на вопросы анкеты «Представления о футбольных фанатах». Опрошенные были разделены на две группы: те, кто лично знакомы, и те, кто не знакомы с представителями околофутбольной среды. Последовательно рассмотрим результаты исследований.

Одним из открытых вопросов в анкете был вопрос о мотивации участия в этом движении юношей-фанатов и девушек-фанаток. Большинство опрошенных (52,27 %) сошлись во мнении, что основной мотивацией мужчин является «любовь к футболу». Что же касается мотивации девушек, то мнения опрошенных разделились. Самыми популярными ответами были «любовь к футболу» и «желание поддержать или найти своего мужчину среди фанатов». Важно отметить, что лица, лично знакомые с представителями фанатского движения, чаще выбирали «любовь к футболу» (девушки – 50 %; юноши – 24,14 %), а не знакомые – «желание поддержать своих мужчин-фанатов» (девушки – 42,96 %; юноши – 25 %). Данные результаты указывают на значимость источника информации, и особенно личного знакомства с информаторами, на восприятие мотивации девушек-фанаток.

Следующим открытым вопросом был вопрос о преимуществах и недостатках движения футбольных фанатов (рис. 1). Основным недостатком большинство опрошенных сочло агрессивное поведение фанатов (драки, вандализм). Однако на втором месте по числу проголосовавших за него среди знакомых (10 %) и не знакомых с футбольными фанатами девушек (25 %), а также знакомых с фанатами юношей (13,79 %) оказался ответ «Нет плюсов». Это свидетельствует о том, что негативный образ фаната формируется лишь вследствие агрессивных проявлений, уменьшив которые, можно изменить и восприятие футбольного фаната на более положительное. Что касается преимуществ фанатского движения, то по этому параметру мнения всех опрошенных девушек и знакомых с фанатами юношей снова оказались схожи: «Сплочение людей и поддержка любимых спортсменов» оказался самым популярным ответом. Однако вторым по популярности ответом у юношей, не знакомых с фанатами, и у девушек, с фанатами знакомых, был ответ «Нет плюсов», что может говорить о скепсисе довольно большого числа опрошенных по отношению к фанатской активности.

Любопытно, что поддержка спортсменов чаще всего выбирается девушками, не знакомыми с фанатами, что позволяет сделать вывод о менее позитивном восприятии фанатов девушками, лично

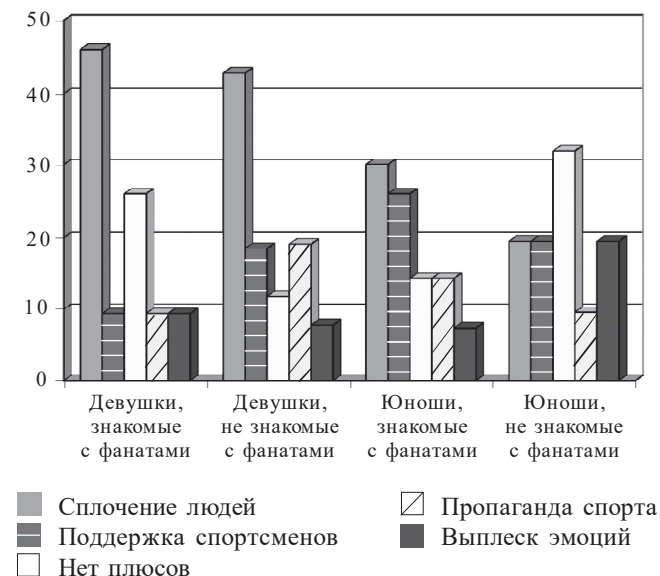


Рис. 1. Результаты анкетирования по вопросу о преимуществах футбольного фанатизма (%)

знакомыми с ними, по сравнению с девушками, которые с фанатами не знакомы. Возможно, и это тоже объясняется популярными стереотипами о футболе среди девушек, которые до личного знакомства представляют себе мужчин-фанатов более приверженными спорту и своим клубам, чем это проявляется в действительности. Юноши же, не знакомые с фанатами, единственные, кто убежден, что один из важнейших плюсов фанатизма – «выплеск эмоций», все остальные не придают этому мотиву большого значения.

Следующие вопросы касались представлений о «типичном фанате» (пол, возраст и краткое описание). Все, кроме двух опрошенных, считали, что быть фанатом наиболее свойственно для мужчин. Средним возрастом российского фаната большинство респондентов указали 18–26 лет (самым редким ответом оказался промежуток 40–68 лет). Полуоткрытый вопрос «Кого можно считать футбольным фанатом?» предлагал два полярных ответа (по желанию можно было предложить и свой вариант): «Неадекватный подросток,

который приходит на игру», чтобы покричать, или «Идейный человек, который болеет за команду и поддерживает ее». На диаграмме отчетливо видно, что вариант «Идейный человек, который болеет за команду и поддерживает ее» является более популярным, чем вариант, что фанат – это «неадекватный подросток» (рис. 2). Полученные результаты свидетельствуют о весьма позитивном восприятии мотивации к посещению футбольных игр фанатами у всех опрошенных, независимо от половой принадлежности и знакомства с фанатами.



Рис. 2. Представления о футбольном фанате (%)

Результаты, полученные при ответе на вопрос о столкновениях с проявлениями футбольного фанатизма (не уточнялся характер проявлений), тоже заслуживают внимания. На диаграмме отчетливо видно, что большинство опрошенных либо изредка встречались, либо никогда лично не встречались с какими-либо проявле-

ниями футбольного фанатизма (рис. 3). Чаще других встречались с ними юноши, лично знакомые с фанатами (20,69 %), реже – юноши, лично с фанатами не знакомые (12,50 %). Полученные результаты свидетельствуют о том, что даже при личном знакомстве с фанатами с проявлениями фанатизма сталкивается часто лишь одна четвертая часть опрошенных, а из лично не знакомых – и вовсе менее 10 %. А это значит, что мнение о том, что агрессивное поведение – основной недостаток футбольных фанатов, формируется не за счет личного опыта, а на основании образа, создаваемого СМИ, и «народной молвы».

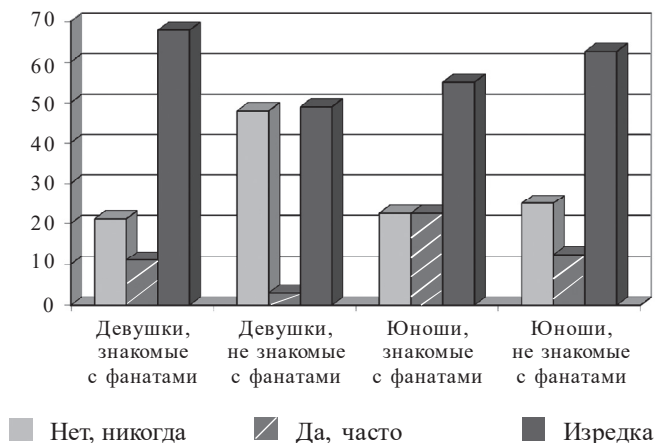


Рис. 3. Приходилось ли встречаться с проявлениями футбольного фанатизма?

Итак, на основании полученных нами данных по авторской анкете «Представления о футбольных фанатах» вырисовывается коллективное представление о фанатах: это в основном молодые увлеченные футболом мужчины в возрасте от 18 до 26 лет, которые поддерживают команду из-за идейной приверженности футболу. Негативной стороной фанатского движения, по мнению большинства выборки, является агрессивное поведение его представителей. Его проявления известны респондентам по СМИ, однако большинство

опрошенных в реальности не встречались с агрессивными выходками фанатов. Плюсами движения опрошенные считают сплоченность его представителей и поддержку конкретных спортсменов-футболистов, любимых команд и клубов. Отметим, что выявленные стереотипы восприятия относительно юношей-фанатов очень схожи у всех опрошенных, что говорит о широком распространении стереотипной информации о фанатизме в России.

Также отметим, что, по мнению опрошенных, могут быть фанатками и девушки. Но, с точки зрения большинства, они приходят в фанатское движение не столько из любви к футболу, а скорее из интереса к футболистам или для поддержки своих близких друзей, мужчин-фанатов. Существенная разница в восприятии между знакомыми и не знакомыми с фанатами опрошенными проявилась в восприятии девушек-фанаток. Лично знакомые с фанатками значительно чаще признают, что девушками движет любовь к спорту и игре, а не только к любимым мужчинам. Кроме того, все опрошенные девушки более позитивно оценивали фанатизм и его представителей и представительниц, чем юноши-«неболельщики». Все это может объясняться малой информированностью общества о фанатках.

Сравнительный анализ самооценки психологических характеристик футбольных фанатов с учетом их гендерных особенностей

Помимо стереотипов восприятия фанатов извне, необходимо учитывать, как же фанаты воспринимают себя сами. В 2014 году мы провели исследование, в котором участвовали 40 фанатов и фанаток ФК «Урал»²⁷. Опрошенным предлагались две методики: опросник диагностики межличностных отношений Т. Лири (испытуемому необходимо было выбрать качества, которые присущи ему самому) и методика исследования самооценки личности С. А. Будасси.

²⁷ См.: Гизулина А. В., Дихорь В. А. Психологические аспекты футбольных фанатов // Психологическая теория и практика – управлению : сб. науч. тр. Екатеринбург, 2015. С. 33–37.

По результатам нашего исследования оказалось, что у девушек достоверно выше результаты по шкалам *Авторитарность*, *Агрессия*, *Подчинение*, *Альтруизм*. У юношей же наиболее выраженными оказались характеристики шкал *Подозрительность*, *Зависимость*, *Дружба*. Уровень самооценки личности оказался выше у девушек.

Полученные данные указывают на то, что представления фанатов о себе самих во многом отличаются от общепринятого восприятия: девушки-фанатки воспринимают себя как вполне естественную часть жесткой иерархической системы фанатов, а юноши-фанаты испытывают большую эмоциональную зависимость от окружающих и потребность в дружеской поддержке.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Охарактеризуйте представленные выше результаты контент-анализа. Какой образ болельщика-фаната формируют российские СМИ в общественном сознании?
2. Какая разница в стереотипах восприятия футбольных фанатов существует между лицами, лично знакомыми и не знакомыми с околофутбольной средой?
3. Опишите выявленные стереотипы самовосприятия футбольных фанатов и фанаток.
4. Насколько стереотипы общественного восприятия отличаются от самопредставлений футбольных фанатов? Как можно объяснить полученные результаты?

Вопросы и задания для самостоятельной работы

1. Проведите опрос среди своих знакомых с целью выявления их отношения к среде футбольных фанатов. Какие стереотипы вам удалось выявить? Как вы можете это объяснить?
2. Изучите информационные поводы в СМИ, посвященные футбольным фанатам и болельщикам. Какой образ они формируют? Почему?

6. ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ САМОРЕГУЛЯЦИИ ФУТБОЛЬНЫХ ФАНАТОВ

В предыдущей главе описывались различные представления о футбольных фанатах. Однако почти все респонденты (около 80 %) сходятся в одном – фанаты агрессивны, опасны и способны на неадекватные поступки. Представители правоохранительных органов, в свою очередь, стараются пресекать любые намеки на агрессию со стороны фанатов довольно жесткими методами, но это само по себе может спровоцировать ответные агрессивные реакции хулиганов и запустить цепную реакцию в большом масштабе. В преддверии чемпионата мира 2018 года особенно остро стоит проблема непредсказуемости поведения футбольных фанатов. Закономерно, что при умелой провокации фанаты способны стать неуправляемой, агрессивной и опасной толпой, многие представители которой не в состоянии впоследствии объяснить причины своего поведения.

Одним из возможных решений проблемы является повышение уровня самоконтроля и стрессоустойчивости фанатов и болельщиков. Рассмотрим результаты эксперимента, проведенного на базе Уральского федерального университета, в котором представителям околофутбольного движения предлагалось пройти обучающую тренинговую программу по повышению уровня саморегуляции²⁸.

Целью исследования было определение степени эффективности обучения футбольных фанатов методам осознанной саморегуляции.

²⁸ См.: Дихорь В. А. Исследование психоэмоциональных реакций у футбольных фанатов методом БОС-тренинга // Бехтерев и современная психология человечности : сб. ст. V Междуна. науч.-практ. конф. (к 130-летию организации первой в России психофизиологической лаборатории в г. Казани) / отв. ред. Л. М. Попов. Казань, 2015. С. 514–519.

Формирование выборки испытуемых

Для исследования этого вопроса были приглашены молодые фанаты футбольного клуба «Урал». Отбор в группы испытуемых проводился с помощью составленной нами анкеты болельщика, распространенной среди молодых зрителей футбольных матчей.

Критерии отбора: самоидентификация человека с категорией фанатов, регулярное посещение футбольных матчей ФК «Урал», заинтересованность в успехах команды и активное личное участие в мероприятиях по ее поддержке. Кроме того, очень важным условием было добровольное и осознанное желание научиться эмоциональной саморегуляции и информированное согласие на участие в нашем исследовании.

В процессе формирования выборки испытуемых мы столкнулись с рядом трудностей. Многие фанаты отказывались участвовать в приборном исследовании, потому что считали, что их будут «сканировать», «усмирять», «делать нормальными» и «насиленно социализировать». Фанатам сначала было нелегко согласиться с тем, что каждому человеку полезно обладать навыками саморегуляции и пользоваться ими не только на матчах, но и в повседневной жизни. У многих проявлялся страх, что если они покажут «плохие» результаты, то потом все об этом узнают и будут считать их неадекватными.

В исследовании было произведено две выборки: экспериментальная – футбольные фанаты ФК «Урал» (19–27 лет) в составе 8 человек (3 девушки и 5 юношей) и контрольная выборка футбольных фанатов ФК «Урал», аналогичная по количеству и половозрастному признаку экспериментальной группе.

Методы исследования

Нами были использованы шесть методик и тренинговый обучающий комплекс по осознанной саморегуляции МЧС России.

1. Авторская анкета «Представления футбольных фанатов о провоцирующих и успокаивающих стимулах» состоит из пяти вопросов (два из которых демографические и три открытых). Анкета направлена на выявление представлений относительно тех стимулов, которые способны спровоцировать фанатов на агрессию

и вызвать негативные эмоции, и тех, которые способны успокоить и вызвать позитивные эмоции.

На основании результатов этого анкетирования был сформирован список стимулов, который вошел в основу диагностического БОС-тренинга.

2. Авторская анкета «Субъективный эмоциональный профиль футбольного фаната» состоит из 11 вопросов (два из которых демографические): два открытых, один полуоткрытый и шесть закрытых. Анкета направлена на выявление представлений футбольных фанатов о методах саморегуляции, способах контроля и эмоциях, которые они испытывают во время матча. Также она содержит краткие данные об испытуемом, включая период футбольного «болезня» и время, которое испытуемый регулярно уделяет футболу.

3. Диагностический БОС-тренинг.

БОС как аппаратный метод применялся для диагностики и контроля эффективности обучения испытуемых осознанной саморегуляции. Он был сформирован с опорой на результаты опроса футбольных фанатов о провоцирующих и успокаивающих стимулах и включает девять видеофрагментов. Рассмотрим их подробнее.

Четыре провоцирующих на агрессию и вызывающих негативные эмоции стимула:

- Драки фанатов с полицией, проявление агрессивных действий со стороны сотрудников правопорядка.

- Фрагменты матча с демонстрацией голов, которые забивают в ворота ФК «Урал».

- Драки между фанатами разных клубов.

- Фанаты ФК «Спартак».

Пять успокаивающих и вызывающих положительные эмоции стимулов:

- Воспитанники ДЮСШ, играющие в футбол.

- Фрагмент, когда ФК «Урал» вышел в премьер-лигу.

- Фрагмент поддержки фанатами ФК «Урал» своей команды, снятый с фан-сектора.

- Фрагмент, когда игроки благодарят фанатов за поддержку.

- Смешные и курьезные моменты с участием футболистов всего мира.

Нами были выбраны три типа датчиков для регистрации психофизиологических реакций фанатов²⁹:

– ЭКГ (электрокардиограмма). Датчик ЭКГ измеряет электро-сигналы сердца. График ЭКГ, показанный на соединенном компьютере или накопителе данных, графически демонстрирует биение сердца. Во время исследования можно проследить динамику и оценить то, как стимулы влияют на сердцебиение.

– ФПГ (фотоплетизмограмма) – это метод регистрации оптической плотности ткани. Она фиксируется плетизмографом, состоящим из излучателя светового потока, просвечивающего биоткань, и приемника, регистрирующего мощность принятого сигнала. Оптическая плотность зависит в основном от объема тока крови и эластичности сосудов. Датчик ФПГ фиксирует динамику тока крови, которая зависит от частоты и мощности работы сердца, что является дополнением при анализе датчика пульса и артериального давления. Снижение амплитуды ФПГ служит признаком периферической вазоконстрикции и/или уменьшения ударного объема, а повышение амплитуды свидетельствует об обратном.

– КГР (кожно-гальваническая реакция). Кожно-гальваническая реакция – это изменение разности потенциалов и снижение электрического сопротивления между двумя участками поверхности кожи. Датчик КГР измеряет фазическую и тоническую реакцию. Фазическая КГР – это резкое изменение электрического потенциала кожи на эмоциональный раздражитель. Тоническая КГР – медленное изменение электрического сопротивления кожи (приспосабливаемость) в ответ на эмоциональный раздражитель. Учет этих параметров позволяет отследить динамику эмоциональной напряженности при неожиданном предъявлении звуковых провоцирующих стимулов и скорость восстановления и возвращения организма в состояние покоя.

Рассмотрим подробно каждый из этапов БОС-тренинга.

²⁹ См.: Гнездицкий В. В. Комплекс реабилитационный психофизиологический для тренинга с биологической обратной связью РЕАКОР : метод. указ. Таганрог, 2008. С. 45.

В начале сценария исследуемому предлагается стартовая заставка, которая помогает настроиться на трениговую работу. Затем начинается этап регистрации исходного фона, записываются показатели ЭКГ, КГР, ФПГ, с которыми позднее будут сравниваться реакции фанатов на предъявляемые стимулы.

Далее испытуемому предлагается просмотреть видеофрагменты в следующем порядке:

- Видеофрагмент празднования игроками и тренерами ФК «Урал» выхода в премьер-лигу.

- Видеофрагмент проявления сотрудниками правопорядка агрессии по отношению к футбольным фанатам.

- Видеофрагмент игры воспитанников ДЮСШ в футбол.

- Видеофрагмент с сюжетом провокаций фанатов другой команды, демонстрирующий обидные кричалки и файеры.

- Видеофрагмент поддержки фанатами ФК «Урал» своей команды, снятый с фан-сектора.

- Нарезка видеофрагментов голов в ворота ФК «Урал».

- Фрагмент, когда игроки благодарят фанатов за поддержку.

- Видеофрагмент драки между фанатами разных клубов.

- Смешные и курьезные видеофрагменты с участием футболистов всего мира.

После каждого видеофрагмента испытуемому дается время на отдых, во время которого расслабляющий фон на экране монитора сочетается с приятной музыкой. Затем осуществляется регистрация итогового эмоционального фона во время финишной заставки.

Необходимо обратить внимание на длительность предъявляемых стимулов. Стартовая и финишная заставки длятся около 1,5 мин., чтобы замерить психофизиологические параметры и в первом случае настроить испытуемого на работу, а во втором – помочь перестроиться и успокоиться после прохождения тренинга.

Каждый предъявляемый стимул длится от 55 до 70 с, потому что за более короткое время организм не успевает перестроиться на новый стимул. К тому же изменения психофизиологических реакций происходят не сразу, а в течение минуты исследуемый

успевает проникнуться атмосферой видеофрагмента и затем безошибочно замерить показатели.

Следующий за стимулом период отдыха не должен быть меньше времени стимула, чтобы условия для замера психофизиологических параметров были равными.

4. Тест руки Вагнера.

«Hand-test» – проективная методика исследования личности. Впервые он был представлен в 1962 году³⁰. Идейным вдохновителем теста был Э. Вагнер, а система подсчета очков и коэффициенты разработаны З. Пиотровским и Б. Бриклин. В нашей стране методика адаптирована Т. Н. Курбатовой.

5. Метод цветowych выборов Л. Н. Собчик.

Эта методика представляет собой адаптированный вариант теста Люшера³¹. Макс Люшер создал методику, которая отличается от других простым стимульным материалом, но при этом воздействует на разные стороны психики. Методика удобна тем, что она не провоцирует защитных реакций, применима для представителей любого возраста и любой культуры. Цветовой тест выявляет именно неосознанные реакции испытуемого на цветовые эталоны, что позволяет считать метод глубинным и проективным.

6. Авторская анкета «Представления фанатов о предъявляемых стимулах».

Испытуемых просят соотнести свое эмоциональное восприятие с предъявляемыми видеофрагментами из БОС-тренинга и проанализировать все ролики от самого эмоционально значимого. Анкета направлена на выявление представлений футбольных фанатов касавшихся предъявляемых в БОС-тренинге стимулов. Целью ее проведения является выявление совпадений и различий между результатами БОС-тренинга и анкеты по саморефлексии.

³⁰ См.: *Bricklin B., Piotrowsky Z., Wagner E. The Hand Test : A newprojective test with special reference to the prediction of overt aggressive behavior. Springfield, 1962. P. 100.*

³¹ См.: *Собчик Л. Н. Модифицированный восьмицветовой тест Люшера : практ. руководство. СПб., 2001. С. 112.*

Тренинговый обучающий комплекс по осознанной саморегуляции, основанный на наработках МЧС России

Тренинговый комплекс состоял из шести обучающих занятий по 45 мин. Каждое занятие состояло из теоретического блока, где предлагались описание и техника саморегуляции, а затем практическая часть, когда фанаты начинали пробовать методику на себе. Со второго занятия каждое следующее начиналось с шеринга*, где фанаты обсуждали, насколько им подходит методика, удалось ли ее опробовать, а также задавали вопросы и делились впечатлениями.

В основу курса вошли наработки по саморегуляции Ю. С. Шойгу, используемые в центрах экстренной психологической помощи МЧС России. Особое внимание уделялось управлению дыханием, тонусом мышц и самовнушению. На каждое направление предлагалось два-три упражнения, чтобы каждый участник мог для себя выбрать наиболее эффективное и удобное.

Также, помимо тренинговой работы, фанатам предлагался раздаточный материал с описанием методик и психологическими советами. Кроме того, комплекс обучения включал в себя и домашнюю работу, когда фанатам нужно было на протяжении дня использовать полученные навыки при стрессовых ситуациях, стараться создавать с помощью мультимедийных средств атмосферу, напоминающую футбольный матч, и применять механизмы саморегуляции.

Полученные результаты

При помощи анализа данных анкеты «Субъективный эмоциональный профиль футбольного фаната» мы можем охарактеризовать наши выборки следующим образом.

Возрастной состав: 19–24 лет – 62,5 %, 27–28 лет – 37,5 %. Соотношения полов: 37,5 % девушек и 62,5 % юношей. Социаль-

* Шеринг (англ. share – делиться) – особый вид группового взаимодействия, используемый в группах большинства психотерапевтических направлений, задача которого – поделиться своими впечатлениями.

ный статус: учащихся – 54 %, работающих – 46 %. Образование: высшее – 54 %, среднее – 46 %. Средний фанатский стаж составляет 9,4 года.

Таким образом, по представленным характеристикам можно сделать вывод, что изученная выборка адекватно представляет фанатское движение в целом, но уровень образования и процент девушек в ней несколько выше, чем обычно. Это мы можем объяснить тем, что в нашем эксперименте принимали участие лишь те фанаты, которые оказались заинтересованы проблемой эмоциональной саморегуляции, так как группы мы набирали исключительно на добровольной основе.

На основании следующих вопросов этой же анкеты можно создать некий обобщенный субъективный эмоциональный профиль обеих групп. В первую очередь необходимо опровергнуть миф, что все фанаты негативно относятся к присутствию детей на футбольных матчах, так как 2/3 опрошенных в нашей выборке с этим утверждением не согласны. Свой эмоциональный фон во время матча 29 % оценили как положительный, ни один из опрошенных не признал, что испытывает на матче отрицательные эмоции. Треть опрошенных, по их словам, успокаиваются после матча практически сразу, а остальные 2/3 – до конца того же дня. Более половины опрошенных утверждают, что могут легко контролировать свои эмоции, и всего лишь 4 % признают, что могут с ними не справиться. 81 % нашей выборки полагают, что владеют приемами самоуспокоения. При этом физиологические приемы расслабления (дыхание, сон, курение) используют более половины опрошенных, а социально-культурные (музыка, непринужденный разговор, переключение) – более трети. 13 % опрошенных уверены, что негативные эмоции могут пройти сами собой.

Анализ результатов теста руки Вагнера

Данная проективная методика исследования личности позволяет оценить общий уровень агрессивности фаната, а также выраженность факторов страха, директивности, эмоциональности,

коммуникабельности, зависимости, демонстративности, болезненности, активной и пассивной безличности. В нашем исследовании этот тест используется для оценки общего фона агрессивности и взаимодействия его с указанными качествами личности. Эти параметры говорят о психоэмоциональном состоянии фанатов в условиях исследования, которое моделирует некоторые реальные ситуации во время матча.

При сопоставлении результатов контрольной и экспериментальной групп по тесту руки Вагнера методом парного двухвыборочного t -критерия при одном предъявлении достоверных различий не выявлено, но необходимо отметить, что в контрольной группе показатели агрессивности и эмоциональности оказались несколько выше, а показатели активной безличности – ниже. При аналогичном сопоставлении результатов первого и второго предъявления внутри каждой группы по отдельности также не выявлено достоверных различий. Зато при сопоставлении результатов двух предъявлений между контрольной и экспериментальной выборками было выявлено единственное достоверное различие по уровню эмоциональности – показатели эмоциональности экспериментальной группы оказались достоверно ниже, что может свидетельствовать об эффективности применения методов саморегуляции.

Одной из наших задач было выявление того, насколько субъективная самооценка испытуемых соответствует их характеристикам по проективному тесту. Корреляционный анализ показателей анкеты «Субъективный эмоциональный профиль футбольного фаната» и теста руки Вагнера по всей выборке выявил единственную значимую положительную связь между субъективной оценкой скорости эмоционального успокоения и уровнем агрессии (0,69). Это говорит о том, что те, кто считают себя наиболее легко успокаивающимися, имеют повышенный уровень агрессии, что указывает на возможную неадекватность самооценки.

Анализ результатов цветового теста

Л. Н. Собчик

Цветовой тест Л. Н. Собчик испытуемым предлагалось пройти четырежды. Основная цель этой диагностики состояла в определении состояния испытуемого после прохождения им БОС-тренинга, который моделировал атмосферу реального матча. Первый раз испытуемый проходил тест сразу после тренинга, а второй – через 10–15 мин. после интервьюирования с психологом, чтобы отследить, изменилось ли состояние, быстро ли человек успокаивается и переключается.

Были выявлены значимые различия по показателям цветового теста в экспериментальной группе между первым и вторым БОС-тестированием, а также значимые различия между экспериментальной и контрольной группами при повторном БОС-тестировании. Если первое значимое отличие мы можем однозначно отнести к результатам обучения саморегуляции, то второй результат указывает, на то что, возможно, существовало некоторое изначальное различие между показателями эмоциональности контрольной и экспериментальной группы.

И тест руки Вагнера, и цветовой тест отношений демонстрируют нам однотипные тенденции в динамике характеристик этих двух групп. В контрольной группе изменения в показателях недостоверны, а в экспериментальной они значимы. По анкетам испытуемых в субъективной оценке мы не выявили заметных эмоциональных различий, но по результатам проективных тестов они есть. Таким образом, использование тестов для оценки параметров эмоциональности более надежно и валидно, чем использование анкеты субъективной самооценки.

Подводя итоги, полученные при помощи проективных методик, можно сделать вывод, что обучение экспериментальной группы фанатов саморегуляции оказало значимое влияние на показатели эмоционального напряжения в сторону их снижения, что может говорить о стабилизации настроения и эмоционального фона.

Анализ результатов диагностики биологической обратной связи и анкеты саморефлексии

Диагностический БОС-тренинг проводился для респондентов обеих групп дважды: в начале и в конце эксперимента. Задача нашего эксперимента – выявить, является ли БОС объективным показателем оценки эмоциональных состояний испытуемых и возможностей их саморегуляции. Для измерения данных мы использовали три психофизиологических показателя: ЭКГ, ФПГ и КГР. При реакции возбуждения показатели ЭКГ и КГР повышаются, а ФПГ – понижаются. Следовательно, когда испытуемый успокаивается, показатели КГР и ЭКГ понижаются, а ФПГ – повышаются.

Анализ индивидуальных особенностей психофизиологических реакций, полученных при помощи датчиков системы БОС, показал неожиданные результаты, которые в определенной мере противоречат данным, полученным при помощи проективных методик.

Одной из задач нашего исследования было проверить то, насколько адекватно футбольные фанаты воспринимают свое состояние, поэтому мы объединили результаты анкеты «Представления фанатов о предъявляемых стимулах» и БОС-тренинга. Испытуемый сразу после диагностики в анкете саморефлексии оценивал эмоциональное впечатление от каждого видеоролика и ранжировал их от наиболее эмоционально значимого.

Для удобства анализа продублируем порядок предъявления роликов:

- 1 – «Урал» выходит в премьер-лигу;
- 2 – драка футбольных фанатов с полицией;
- 3 – фрагмент матча детской футбольной команды;
- 4 – поведение фанатов «Спартака» во время матча;
- 5 – видео с фан-сектора болельщиков ФК «Урал»;
- 6 – голы, забитые в ворота «Урала»;
- 7 – выражение благодарности болельщикам от футболистов;
- 8 – драка между фанатами ФК «Амкар» и ФК «Урал»;
- 9 – смешные моменты футбольных матчей.

Рассмотрим возникшую ситуацию на примере отчета одного из испытуемых экспериментальной группы (рис. 4).

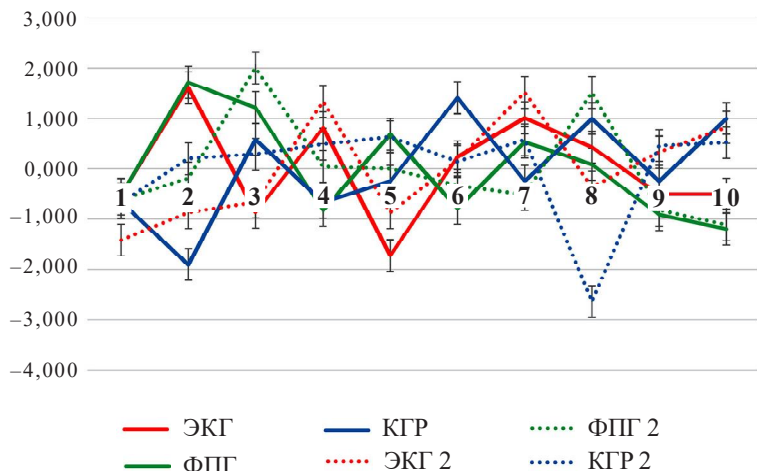


Рис. 4. Индивидуальный профиль испытуемого экспериментальной группы, полученный при БОС-диагностике

У этого испытуемого по результатам первой БОС-диагностики реакция на пять из девяти видеостимулов проявлялась как значительное эмоциональное переживание и физиологическое возбуждение, регистрируемое через объективные показатели БОС. А по результатам второй диагностики почти такое же эмоциональное переживание и возбуждение проявились на семь роликов из девяти. Между результатами первого и второго тестирования, помимо качественных различий, заметны и количественные. Исходный фон при первой диагностике можно оценить как более эмоциональный и возбужденный, чем при второй. С другой стороны, в первый раз испытуемому удалось успокоиться значительно быстрее, чем во второй раз. Эти результаты можно объяснить таким образом: в ходе интервьюирования после второго тестирования испытуемый отметил, что испытывал напряжение и ответственность из-за страха неудачно применить механизмы саморегуляции. Он утверждал, что чем больше думал о том, как применить приемы, тем менее

был внимателен, поэтому справлялся с собой хуже, чем при первом тестировании. На графике БОС-диагностики при втором тестировании заметны регулярные артефакты, которые свидетельствуют о сбоях при показании датчиков из-за движений испытуемого руками. Испытуемый объяснил это желанием применить приемы саморегуляции, на которых был сконцентрирован, и не замечал своих движений.

Таким образом, можно сказать, что в результате объективной фиксации психофизиологических показателей у данного испытуемого в системе БОС был зафиксировано не снижение, а повышение психоэмоционального напряжения. Аналогичная картина отмечается еще у троих испытуемых. Таким образом, у двух мужчин и двух женщин система БОС объективно зарегистрировала повышение эмоционального напряжения при повторном предъявлении стимулов, при том, что проективные методики такой картины изменений эмоционального состояния не дали. У остальных четырех испытуемых (три юноши и одна девушка) наблюдается нормализация психоэмоциональных реакций при повторном предъявлении, то есть заметное снижение эмоциональной реакции, определяемое методиками БОС.

Подводя итог вышеизложенному, отметим, что примененная нами методика БОС-тренинга только в половине случаев показала изменения психофизиологических реакций в ожидаемом направлении. Объяснения этому могут быть следующие:

- половина опрошенных фанатов проявляли излишнюю ответственность за прохождение второй диагностики, стараясь применить приемы саморегуляции, что значительно усложнило им задачу и отвлекало от просмотра роликов;
- стремление фанатов казаться спокойнее и стабильнее, чем они есть, еще больше их возбуждало и вызывало физическое напряжение, регистрируемое БОС;
- в ходе обучения и тренинговой работы фанаты применяли свои навыки лишь в мало приближенных к реальности условиях, таким образом, БОС-диагностика стала первой серьезной практической задачей, что могло вызвать реакции стресса.

Анализируя приведенный пример анкеты саморефлексии, мы видим, что после первой БОС-диагностики испытуемый более

объективно оценил свое состояние, указав ранги соответственно психофизиологическим параметрам. Вторая диагностика показала, что психофизиологические параметры существенно изменились, а оценка показателей повторного ранжирования осталась прежней. Аналогичная самооценка психоэмоционального состояния наблюдается еще у пятерых испытуемых. Таким образом, у 75 % испытуемых наблюдается ситуация, когда они почти в точности воспроизводят самооценку эмоционального состояния, аналогичную результатам первого ранжирования, при этом их актуальные психофизиологические параметры, полученные объективно, существенно отличаются (как в сторону повышения, так и в сторону понижения возбуждения). Этот эффект можно назвать инерцией самооценки.

В результате получается, что только двое из восьми испытуемых адекватно воспринимают произошедшие изменения в их ощущениях, не полагаясь при этом на прошлый опыт. Такое, на наш взгляд, неадекватное описание своих ощущений большинством испытуемых может быть связано и с тревожностью по поводу влияния экспериментального воздействия (угроза внутренней валидности), и с эффектом фиксации прошлого опыта.

Далее рассмотрим показатели ЧСС участников обеих групп при первой и второй БОС-диагностике. На примере ЭКГ можно отследить, как менялась реакция ЧСС испытуемых, ведь именно этот показатель быстрее других проявляет изменение психоэмоционального состояния. Анализируя результаты первой и второй диагностики контрольной группы, мы видим, что реакции, проявленные при первой диагностике, сохранились (рис. 5, 6). Это свидетельствует о постоянстве эмоциональных реакций, а не о ситуативности.

По результатам второй БОС-диагностики результаты экспериментальной группы оказались следующими: общая структура показателей во втором измерении ЧСС стала более плавной и с меньшей максимальной амплитудой, чем при первой диагностике, у большинства испытуемых не было сильных перепадов, что указывает на общее состояние спокойствия, в отличие от результатов первой диагностики, реакции на ролики сохранились, но стали менее выраженными, что указывает на стабилизацию состояния и повышение уровня стрессоустойчивости (рис. 7, 8).

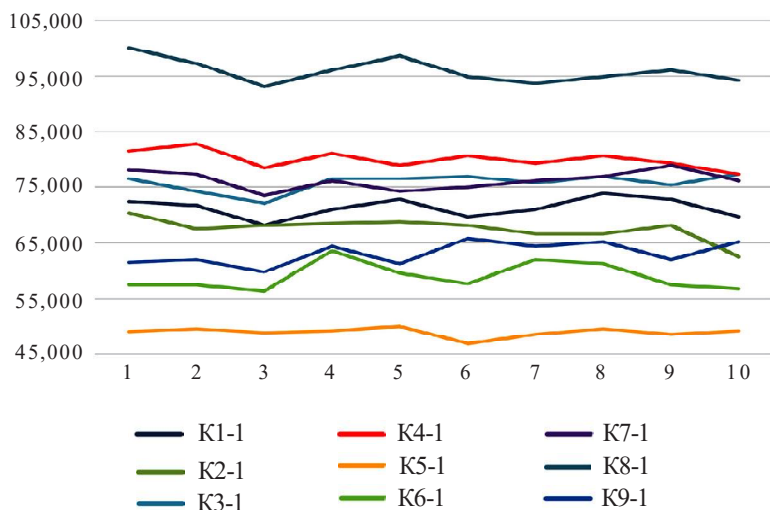


Рис. 5. Показатели ЭКГ контрольной группы, полученные при первой БОС-диагностике

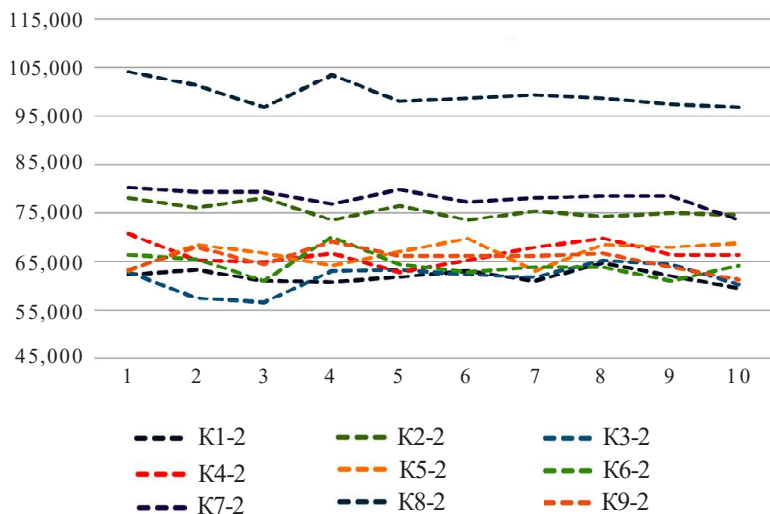


Рис. 6. Показатели ЭКГ контрольной группы, полученные при второй БОС-диагностике

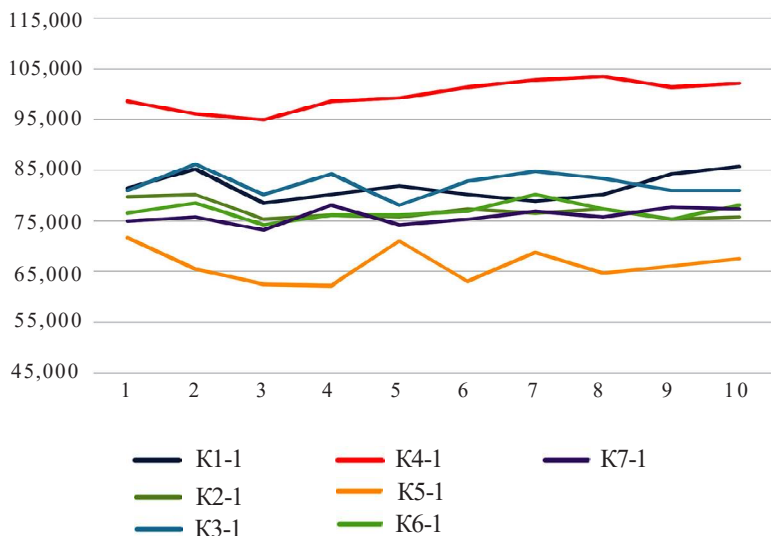


Рис. 7. Показатели ЭКГ экспериментальной группы, полученные при первой БОС-диагностике

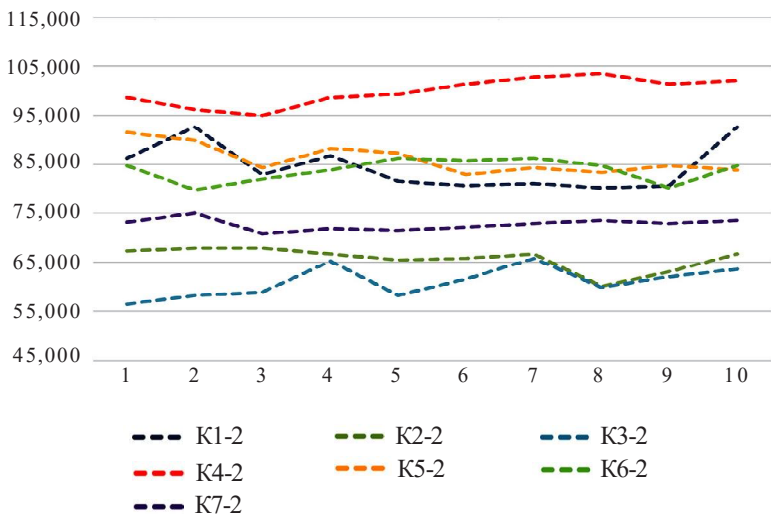


Рис. 8. Показатели ЭКГ экспериментальной группы, полученные при второй БОС-диагностике

Подведем общий итог. Структура графиков ЭКГ при первой диагностике у представителей обеих групп была неоднородной; представители экспериментальной группы продемонстрировали более выраженные эмоциональные реакции. Однако после экспериментального воздействия, в отличие от контрольной группы, их результаты стали заметно однороднее, их амплитуда уменьшилась, что указывает на стабилизацию общего эмоционального фона испытуемых. Это может свидетельствовать о повышении их стрессоустойчивости и, следовательно, об эффективности курса обучения саморегуляции.

В завершение отметим основные выводы.

Комплексная оценка параметров эмоционального состояния при анализе трех показателей продемонстрировала некоторое повышение эмоционального напряжения у половины представителей экспериментальной группы при втором предъявлении, что отчасти подтверждается субъективными анкетами и во многом противоречит показателям проективных методик. Групповая оценка изменения показателей ЧСС в ЭКГ на всех членах экспериментальной группы выявила высокую согласованность изменений параметров участников и заметно выраженную стабилизацию этих показателей в сторону успокоения, что полностью соответствует показателям проективных методик.

С помощью БОС-диагностики возможно оценить достаточно тонкие и сложные колебания психоэмоциональных состояний в эксперименте, но сочетания разных показателей меняются очень неоднозначно, что указывает на наличие существенных сложностей в эффективном обучении футбольных фанатов методам саморегуляции, особенно в короткие сроки проведенного нами исследования. Одной из таких сложностей является тревога испытуемых по поводу самой БОС-диагностики.

Однако, с другой стороны, использование БОС-технологий не позволяет упрощенно отнестись к этому процессу и пойти обманчиво легким путем, доверяя недостаточно точным оценкам, полученным другими методами. Как мы можем заметить, и проектив-

ные методики, и самооценка испытуемыми своих эмоциональных состояний демонстрируют существенные погрешности, например, инерцию и зависимость от прошлого опыта.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. С какой проблемой столкнулись исследователи при формировании выборки футбольных фанатов?
2. Какую функцию в описанном эксперименте выполняет БОС-тренинг?
3. В чем вы видите основную задачу тренингового комплекса осознанной саморегуляции?

Вопросы и задания для самостоятельной работы

1. Проанализируйте показатели ЭКГ, КГР и ФПГ в экспериментальной и контрольной группе.
2. Прокомментируйте показатели ЧСС обеих групп при БОС-диагностике – 1 и БОС-диагностике – 2.
3. Опишите результаты диагностики биологической обратной связи и анкеты саморефлексии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассматривая футбольных болельщиков как социально активную группу, мы сделали акцент на существующих классификациях и структурных особенностях фанатских группировок, затем аргументированно рассмотрели и доказали, что болельщики являются полноправной группой со своими правилами, четким распределением ролей и специфической динамикой групповых процессов.

Далее нами были представлены коллективные этнопортреты с отличительными характеристиками футбольных фанатов разных стран для психологического знакомства, понимания и прогнозирования реакций различных болельщиков в стрессовых ситуациях.

Индивидуальные психологические портреты футбольных фанатов позволяют с различных сторон взглянуть на человеческую составляющую околофутбольного движения и выявить общие закономерности поведения и восприятия этих молодых людей. Это будет полезно при разработке программ эффективного взаимодействия с ними. Описывая личностные особенности футбольных фанатов, мы основывались на результатах современных исследований, в том числе зарубежных, российских и собственных.

В разделе, посвященном общественным стереотипам, мы уделили особое внимание предубеждениям, бытующим в отношении представителей фанатского движения, и специфике их самовосприятия. Здесь же были представлены результаты контент-анализа современных СМИ.

Уникальное исследование возможностей саморегуляции футбольных фанатов, проведенное авторами и представленное в данном пособии, позволяет на основе современных психологических методов (БОС) рассмотреть механизмы самоконтроля футбольных болельщиков и разработать методы их эффективного обучения саморегуляции.

В дальнейшем планируются разработка и издание второй части пособия, посвященной приемам психологического взаимодействия с футбольными болельщиками, где найдут отражение практические исследования в этом направлении.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

О с н о в н а я

Бримсон Д. Фанаты / Д. Бримсон ; под ред. А. Л. Дунаевского. СПб. : Амфора, 2005. 266 с.

Гизуллина А. В. Гендерные особенности восприятия футбольных фанатов на примере молодежной выборки / А. В. Гизуллина, В. А. Дихорь // Спортивный психолог. 2015. № 4 (39). С. 22–27.

Гизуллина А. В. Психологические аспекты восприятия футбольных фанатов / А. В. Гизуллина, В. А. Дихорь // Психологическая теория и практика – управлению : сб. науч. тр. / под ред. Б. Ю. Берзина, Э. Э. Сыманюк. Екатеринбург : Изд-во Урал. ин-та управления, 2015. С. 33–37.

Дихорь В. А. Психологические аспекты адаптации футбольного фаната в современном социуме / В. А. Дихорь // Безопасность и адаптация человека к экстремальным условиям среды и деятельности. Челябинск : Изд-во Челяб. ун-та, 2014. С. 327–333.

Еникиолопов С. Н. Агрессия и мотивация футбольных болельщиков / С. Н. Еникиолопов, Н. В. Марушак // Коченовские чтения : Психология и право в современной России : сб. тез. участников Всерос. конф. по юрид. психологии с междунар. участием. М. : МГППУ, 2010. С. 27–28.

Маннанов А. Я – фанат! / А. Маннаков ; под ред. А. Л. Дунаевского. М. : Росмэн-Пресс, 2008. 320 с.

Медников С. В. Личностные и ситуативные предпосылки агрессивного поведения футбольных болельщиков / С. В. Медников // Вестн. Санкт-Петербург. ун-та. Сер. 12, Психология. Социология. Педагогика. 2011. № 4. С. 152–163.

Д о п о л н и т е л ь н а я

Бримсон Д. Бешеная армия : Облик футбольного болельщика / Д. Бримсон ; под ред. А. Л. Дунаевского. СПб. : Амфора, 2009. 304 с.

Бримсон Д. Команда / Д. Бримсон ; под ред. А. Л. Дунаевского. СПб. : Амфора, 2004. 367 с.

Вартанова Т. С. Очерк истории развития биологической обратной связи как метода медицинской реабилитации / Т. С. Вартанова, А. А. Сметанкин // Общие вопросы применения метода БОС. СПб. : ЗАО «Биосвязь», 2008. С. 3–19.

Гиффорд К. Все о футболе / К. Гиффорд. М. : АСТ, 2007.

Гнездицкий В. В. Комплекс реабилитационный психофизиологический для тренинга с биологической обратной связью РЕАКОР : метод. указ. / В. В. Гнездицкий. Таганрог : Медиком-МТД, 2008.

Дихорь В. А. Исследование психоэмоциональных реакций у футбольных фанатов методом БОС-тренинга / В. А. Дихорь // Бехтерев и современная психология человечности : сб. ст. V Междунар. науч.-практ. конф. (к 130-летию организации первой в России психофизиолог. лаборатории в г. Казани) / под ред. Л. М. Попова. Казань : Отечество, 2015. С. 514–519.

Ильин Е. П. Структура эмоциональности как свойства личности / Е. П. Ильин, В. Г. Пинигин // Психологические проблемы самореализации личности. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2001. Вып. 5. С. 102–110.

Козлов В. В. Фанаты : Прошлое и настоящее российского околоспорта / В. В. Козлов. СПб. : Амфора, 2008. 360 с.

Ланфранши П. FIFA 100 лет : Век футбола / П. Ланфранши. М. : Махаон, 2005. 312 с.

Рибокас Т. В. Генезис отечественного фанатского движения и тенденции формирования образа футбольного фаната в нашей стране / Т. В. Рибокас // Социодинамика. М. : НБ-Медиа, 2015. № 12. С. 142–163.

Скворцова Е. В. Психосоциальные характеристики футбольных фанатов как субъектов глобализационного сообщества / Е. В. Скворцова // Экспериментальная психология. 2011. № 2. С. 79–87.

Улыбина Е. В. Неизменность как характеристика идентичности футбольных фанатов / Е. В. Улыбина // Психол. исслед. 2012. Т. 5. № 23.

Шляхтина О. И. Взаимосвязь агрессивности с личностными особенностями и социальным статусом / О. И. Шляхтина // Ананьевские чтения – 99 : тез. науч.-практ. конф. СПб. : Изд-во Санкт-Петербург. гос. ун-та, 1997. С. 117–129.

Шойгу Ю. С. Прогнозирование и управление социально-психологическими рисками во время чрезвычайной ситуации / Ю. С. Шойгу, Л. Г. Пыжьянова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14, Психология. 2011. № 4. С. 76–83.

Яременко Н. Н. Футбол на грани нервного срыва : Разборки и скандалы народной игры / Н. Н. Яременко. М. : АСТ, 2013. 320 с.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКОВ

Футбольные фанатки [сайт]. URL: <http://fcgirl.ru/sbornye-footbol/spain/> (дата обращения: 21.09.2017).

NewsSportbox.ru [информ. портал]. URL: https://news.sportbox.ru/Vidy_sporta/Futbol/world_cup/spbfoto_NI461703_Brazilskije_tribuny_Jarkije_i_oglushitelnyje_?page_offset=150&page_size=30 (дата обращения: 21.09.2017).

La mejor aficiyn de europa. URL: <http://futbol-y-nada-mas5.webnode.es/news/la-mejor-aficion-de-europa-/> (дата обращения: 21.09.2017).

Wayne Rooney of England attempts to head a goal. Thursday, June 19, 2014 // Makaleci [website]. URL: <https://makaleci.com/uruguay-ingiltere-2-1-fifa-2014-resimleri-2.html/wayne-rooney-of-england-attempts-to-head-a-goal-thursday-19-june-2014-2> (дата обращения: 21.09.2017).

VistaNews.ru [информ. портал]. URL: <https://vistanews.ru/sport/football/23546-skonchalsya-samyy-izvestnyy-futbolnyy-fanat-brazilii-klovis-fernandes.html> (дата обращения: 21.09.2017).

FlashNord : информ. агентство [официальный сайт]. URL: <http://flashnord.com/news/bolelshchikam-posovetovali-zarancee-oformit-fan-id-pered-finalom> (дата обращения: 21.09.2017).

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
1. Эволюция футбольного фанатизма	4
2. Футбольные болельщики как социально активная группа: классификация и структурная организация	12
3. Специфические особенности болельщиков разных стран	23
4. Психологические портреты футбольных фанатов: личностные особенности	32
5. Стереотипы общественного восприятия и особенности самовосприятия футбольных фанатов	42
6. Исследование возможностей саморегуляции футбольных фанатов	50
Заключение	68
Список рекомендуемой литературы	70
Список использованных интернет-источников	72

Учебное издание

Дихорь Виктория Александровна
Буркова Анастасия Михайловна
Гизулина Анна Владимировна

ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ ФУТБОЛЬНЫХ БОЛЕЛЬЩИКОВ

Учебное пособие

Заведующий редакцией *М. А. Овечкина*
Редактор *Е. В. Березина*
Корректор *Е. В. Березина*
Компьютерная верстка *Г. Б. Головина*

Подписано в печать 20.11.17. Формат 60×84/16.

Бумага офсетная. Цифровая печать.

Уч.-изд. л. 3.74. Усл. печ. л. 4,42. Тираж 50 экз. Заказ 246.

Издательство Уральского университета

Редакционно-издательский отдел ИПЦ УрФУ

620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4

Тел.: +7 (343) 389-94-79, 350-43-28

E-mail: rio.marina.ovechkina@mail.ru

Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ

620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4

Тел.: +7 (343) 358-93-06, 350-58-20, 350-90-13

Факс: +7 (343) 358-93-06

<http://print.urfu.ru>

Для заметок

